

Агульны клопат

# ІНДЭКС ДАБРЫНІ

Наколькі беларускі бізнес сацыяльна адказны?

Кампанія Huawei штогод накіроўвае частку свайго прыбытку на аблічбоўку медыцынскіх даных. А шведскі вытворца мэблі Ikea запусціў праграму стажыроўкі для бежанцаў. Падключэнне бізнесу да вырашэння сацыяльных праблем становіцца модным. Ці прыжылася гэта тэндэнцыя ў нас? Як беларускія прадпрыемствы ўдзельнічаюць у жыцці грамадства і што можа падштурхнуць іх да большай актыўнасці, абмяркоўвалі на публічных слуханнях у Мінску.

## Новая хваля фінансавых тэхналогій

Нядаўна ў нашай краіне правялі даследаванне сацыяльнай адказнасці бізнесу. Быў вывучаны вопыт 32 кампаній з розных сфер: лагістыка, ІТ, прамысловасць, фінансы, гандаль, будаўніцтва. Аказалася, найбольш увагі аддаецца такім кірункам, як добрае здароўе і дабрабыт (прадпрыемствы стараюцца развіваць спорт, заахвочваць да здаровага ладу жыцця) і якасная адукацыя (напрыклад, работа са студэнтамі). Многія таксама імкнуцца забяспечыць годную працу (для спецыялістаў арганізуюць вольны час, адпраўляюць іх на павышэнне кваліфікацыі) і адказнае спажыванне і вытворчасць. А вось пытаннямі чыстай вады і змяншэння няроўнасці амаль не займаюцца.

Дапамагаць вырашаць сацыяльныя праблемы бізнес можа не толькі праз дабрачыннасць. Больш сучасны інструмент — імпакт-інвестыцыі. Іх мэта — атрымаць і сацыяльны, і экалагічны эффект, і фінансавую аддачу. Праект мусіць быць акупным.

Гэта новая хваля фінансавых тэхналогій. Напрыклад, ёсць фонд «Чыстае неба». Ён дае грошы пад меншыя працэнты, чым банкі, але з умовай, што праект, на які выдзяляюцца інвестыцыі, дапаможа зменшыць выкід парніковых газаў.

— Цікавы інструмент, які ёсць у шэрагу краін, — аблігацыі сацыяльнага ўздзеяння. Як гэта працуе? Прыватнік забяспечвае капіталам праграму ці паслугу, а



Акцыя «Бягучыя гарады».

эканомія бюджэту, атрыманая ў выніку дзяржавай, ідзе на вяртанне інвестыцый. Даход залежыць ад выніку, — расказвае **кансультант ПРААН Таісія ЯЛЕЦКІХ**.

У свеце расце колькасць стартапаў, якія асноўнай мэтай выбіраюць добрыя справы і пры гэтым зарабляюць грошы. Сярод іх ёсць і беларускія — напрыклад, мабільная праграма для жаночага здароўя Flo, анлайн-платформа для дакладнага земляробства OneSoil (дазваляе павысіць прадукцыйнасць сельскай гаспадаркі і эканоміць грошы фермераў пры дапамозе камп'ютарных тэхналогій), праект па дыягностыцы хвароб па фота вокавага дна Deer Dee.

## Хуткія касіры

Падчас публічных слуханняў айчынныя кампаніі падзяліліся прыкладамі сацыяльнай адказнасці. Так, Беларусбанк ужо дзесяць гадоў рэалізуе праект «Бацькоўскі дом». Яго мэта — стварыць альтэрнатыву інтэрнатам і паспрыяць сацыялізацыі дзяцей-сірот. За гэты час было пабудавана 16 катэджаў, дзе ў прыёмных сем'ях жывуць 153 хлопчыкі і дзяўчынкі. Сем'і засяляюцца ў дамы (плошчай больш за 200 квадратных метраў), цалкам абсталяваныя тэхнікай і мэбляй, з вялікімі гульнявымі пакоямі. З улікам пажаданняў бацькоў, некаторым сталі набываць аўтамабілі, каб яны маглі вазіць дзяцей у садок, школу, разам падарожнічаць па Беларусі.

Дапамагаць дзецям і адначасова папулярызаваць здаровы лад жыцця спрабуе мабільны аператар velcom. Ён праводзіць акцыю «Бягучыя гарады», у якой могуць удзельнічаць як прафесійныя атлеты, так і аматары. Чым большы кіламетраж яны набегаюць, тым больш грошай кампанія перавядзе на дабрачыннасць. Сёлета фонд склаў 165 тысяч рублёў. Дапамогу атрымалі абласныя дзіцячыя цэнтры медыцынскай рэабілітацыі. Сярод спартыўных рэкордаў акцыі — самы масавы забег у Гомелі, дзе на старт выйшла тысяча чалавек. А самы доўгі забег быў у брастаўчаніна — 108 кіламетраў і 12 гадзін.

Каб падтрымаць спартсменаў з праблемамі зроку, кампанія Volkswagen сёлета правяла турнір Беларусі па інтуітыўным футболе. Падрыхтоўка цягнулася больш за паўгода. У спаборніцтвах удзельнічалі і прафесійныя гульцы — з завязанымі вачыма.

— Мы вельмі баяліся фразы «пірацца на інвалідах», якую запісалі ў рэпутацыйныя рызыкі, — прызнаюцца ў аўтацэнтры. — Таму дэталёва распрацавалі камунікацыйную стратэгію.

Камандам аказалі матэрыяльную падтрымку: набылі інвентар і форму для 156 спартсменаў. А пасля дапамаглі зборнай нашай краіны па футболе сярод невідущых з'ездзіць на турнір Еўропы ў Польшчу. У планах аўтакампаніі — і далей працаваць з гэтай

тэмай. Напрыклад, у Мінску і Віцебску яны хочуць абсталяваць агучныя маршруты для людзей з праблемамі зроку.

Варыянт таго, як забяспечыць работай гараджан з парушэннямі слыху, прапанавала гандлёвая сетка «Суседзі». Іх праект называецца «Ціхія касы».

— Мы вивучалі, як палепшыць сэрвіс, і апыталі пакупнікоў, што для іх важна. 70 працэнтаў адказала, што ім падабаецца ціхае і хуткае абслугоўванне. Тады мы ўспомнілі, што ёсць замежны вопыт, калі за касай працуюць інваліды па слыху, і вырашылі зрабіць тое ж самае. Перагледзелі цалкам сваю праграму навучання, прадумалі адаптацыю на рабочых месцах, — дзеліцца прадстаўнік гандлёвай сеткі.

**У свеце расце колькасць стартапаў, якія асноўнай мэтай выбіраюць добрыя справы і пры гэтым зарабляюць грошы. Сярод іх ёсць і беларускія.**

Сёння «ціхих» касіраў 35. І ніякіх страт у якасці сэрвісу. Наадварот: гэтыя работнікі абслугоўваюць пакупнікоў на два працэнты хутчэй. Яны працуюць у гіпермаркетах, дзе вялікая плынь кліентаў, і спраўляюцца.

Складанасці таксама ёсць. Напрыклад, у камунікацыі. Адміністрацыя перапісваецца з новым персаналам па Viber, але трэба ўлічваць, што інваліды па слыху могуць не зразумець складаныя сказы, блытаць канчаткі і склоны. Іншы момант — бацькі «ціхих» касіраў. Некаторыя занадта апякуюцца над сваімі ўжо дарослымі дзецьмі і не былі гатовы адпусціць іх на работу — нават на гутарку хадзілі з імі разам.

## Не абавязацельства, а магчымасць

Як ацаніць, наколькі беларускі бізнес сацыяльна адказны? З наступнага года прапануецца ўвесці індэкс «дабрыні».

## Афіцыйна

**Мар'яна ШЧОТКІНА, намеснік старшыні Савета Рэспублікі Нацыянальнага сходу:**

— Сярод 17 Мэт устойлівага развіцця галоўная — партнёрства: толькі так можна дасягнуць прагрэсу. Чаму важная роля бізнесу? Гэта прыцягненне капіталу. За кошт аднаго бюджэту ўсіх праблем не вырашыць. А бізнес павінен быць зацікаўлены, бо для кампаній важны іх імідж. У той жа Германіі ідзе канкурэнцыя за ўдзел у сацыяльным праекце.

— Трэба дадаць канкурэнтны элемент і паспрабаваць аблічбаваць гэтую сферу, — каментуе ініцыятыву **дырэктар мясцовага фонду «Добра» Аляксандр СКРАБОЎСКІ**. — Індэкс не прэтэндуе на вычарпальную ацэнку — для гэтага існуюць міжнародныя прафесійныя сістэмы сертыфікацыі. Але ён дазволіць непадрыхтаванаму чалавеку суаднесці высілкі і заявы кампаній у адносінах удзелу ў жыцці грамадства.

Інфармацыя будзе збірацца з адкрытых крыніц. Прадпрыемства зможа атрымаць ад нуля да дзесяці балаў. Ацэньваць плануецца па чатырох крытэрыях: працоўныя практыкі і правы чалавека, навакольнае асяроддзе, добрасумленныя дзелавыя практыкі, спажывучы і ўдзел у жыцці грамадства. Пасля справаздачу накіруюць адміністрацыі кампаніі і дадуць тры тыдні на рэагаванне.

Адзнакі выкладуць у агульны доступ. Раз на год будуць выводзіць таксама абагульнены індэкс сацыяльнай адказнасці, каб паказаць сітуацыю ў сферы ў цэлым.

Да канца года ўкараненне індэкса яшчэ абмяркуюць з экспертамі. З папярэднім спісам крытэрыяў можна азнаёміцца на сайце [fonddobra.by](http://fonddobra.by).

Аляксандр Скрабоўскі мяркуе, што сацыяльная адказнасць — гэта не абавязацельства для бізнесу, а магчымасць: новыя рынкі, новыя бізнес-мадэлі.

**Наталля ЛУБНЕЎСКАЯ.**

# НАПІСАНАМУ ВЕРЫЦЬ

**(Заканчэнне. Пачатак на 1-й стар.)**

Цяпер, калі банкі для прыцягнення кліентаў будуць зніжаць працэнты па крэдытах, гэта будзе сапраўднае зніжэнне, а не падманлівае. І калі праз нейкі час нам прапануюць прадукт пад 14 працэнтаў, то напісанаму можна верыць.

Тая ж самая гісторыя з дэпазітамі.

Амаль адразу ж зменшыліся першапачатковыя працэнты па ўсёй лінейцы сярэднятэрміновых і кароткатэрміновых дэпазітаў. Дакладней, яны сталі сумленнымі.

Дарэчы, банкі павінны клапаціцца аб сваіх кліентах і нагадваць аб праблемных крэдытах. Фінансавыя інсты-

туты абавязаны паведамаць кліентам пра пратэрмінаваную запазычанасць па крэдыце не пазней чым праз 30 дзён з дня яе ўтварэння, а паручыцелям — не пазней чым праз 60 дзён. Гэтую інфармацыю банкі павінны даваць спажывучу бясплатна.

## Колькі каштуе кілаграм і літр?

Калі ўмовы хаджэння грошай у нас акрэслівае Нацбанк праз нормы Банкаўскага кодэкса, то МАРГ змяняе правілы продажу асобных тавараў і работу сферы грамадскага харчавання.

Напрыклад, на кожным харчовым тавары будзе кошт за літр і кілаграм — і мы будзем дакладна разумець, які кефір на самай

справе самы танны, а дзе маркеталагі былі проста хітрэйшыя.

Пастанова Саўміна ад 14 лістапада № 824 прадугледжвае карэкціроўку прывілаў продажу асобных відаў тавараў і ажыццяўлення грамадскага харчавання. Дакумент уступае ў сілу праз тры месяцы пасля яго афіцыйнага апублікавання, але галоўная змена ўжо працуе на практыцы. Многія крамы ўжо ўказваюць на цэнніках кошт тавару за кілаграм і літр. Выключэнне — тавары ў пэўным наборы, алкагольныя, слабаалкагольныя напоі і піва, яйкі, а таксама іншыя харчовыя прадукты, маса або аб'ём якіх складае менш за 50 грамаў або 50 мілілітраў.

## Галоўнае не ў камп'ютары, а на цэнніку

Гандлёвыя цэнтры і крамы павінны будуць прадаваць тавары па тых цэнах, якія пазначаны на цэнніках. Змяненні ўвялі, каб «зняць канфлікты пакупнікоў з прадуктамі ў выпадках, калі пры разліку на касе да ведама пакупніка даводзяць, што цана на тавар павялічылася, але «не паспелі перапісаць цэннікі».

Такім жа чынам праблемныя пытанні здымаюцца ў кафэ і сталовых. Там прадукцыю грамадскага харчавання абавязаны адпускаць па той цане, якая паказана ў меню. Выключэнне — вы-



падкі продажу тавараў па больш нізкай цане.

Яшчэ крамы абавязаны выстаўляць аднолькавыя цэны пры аплаце тавару як наяўнымі, так і безнаяўнымі грашыма.

## Упакоўка. Бясплатная і якасная

Сёння ў кожным гандлёвым пункце згодна з правіламі гандлю павінна быць бяс-

платная ўпакоўка. Цяпер даецца новае патрабаванне: бясплатная ўпакоўка павінна «забяспечваць захаванне якасці і спажывецкіх уласцівасцяў тавараў». Дарэчы, у цягніках — міжнародных, міжрэгіянальных ліній і рэгіянальных ліній бізнес-класа — дазваляць разносны гандаль харчовымі прадуктамі. Галоўнае патрабаванне — выкананне ўстаноўленых заканадаўствам умоў іх захоўвання і продажу.

**Сяргей КУРКАЧ.**