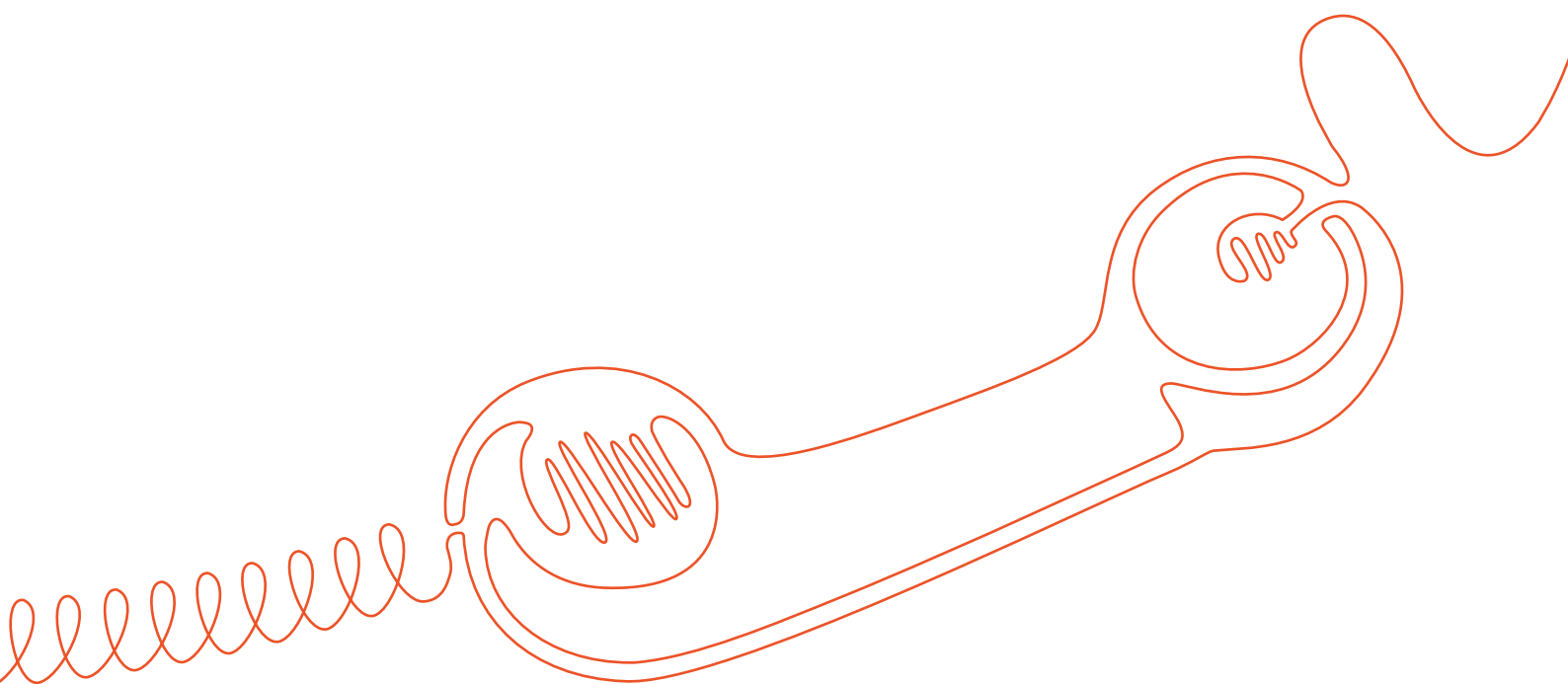


# ПРАКТИКИ СОЦИАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ

*Сентябрь 2015 г.*



**CAF**  
Russia

Автор: Юлия Ходорова

Практики социальных инвестиций телекоммуникационных компаний / Юлия Ходорова. – М.: САФ Россия, 2015. – 16 с.

Исследование проведено по заказу ПАО «Ростелеком». В исследовании представлены успешные практики социальной ответственности и благотворительности зарубежных телекоммуникационных компаний.

Дизайн и верстка: Ирина Мячина

САФ Россия – филиал британской благотворительной организации Charities Aid Foundation, осуществляет широкий спектр инициатив, направленных на развитие благотворительности, поддержку доноров и некоммерческих организаций, включая управление программами, исследования, грантовые конкурсы и консультации различных заинтересованных групп, вовлеченных в филантропическую деятельность. Более детальная информация – на сайте [www.cafrossia.ru](http://www.cafrossia.ru).

# *Содержание*

Предисловие	4
Введение	5
Выбор тем и благополучателей	6
Особенности социальных инвестиций в отрасли	7
Виды и форматы благотворительной деятельности	12
Организация благотворительной деятельности	15
Выводы	16

## Предисловие

«Ростелеком» с удовольствием представляет вам результаты исследования практик корпоративной социальной ответственности в крупнейших мировых компаниях телекоммуникационной отрасли. Конечно, нам особенно важно, как мировой опыт соотносится с нашей работой, с российскими проектами.

Как известно, «Ростелеком» – одна из крупнейших в России и Европе телекоммуникационных групп, которая предоставляет услуги связи миллионам российских семей. Компания занимает лидирующие позиции на российском рынке телефонии, высокоскоростного доступа в интернет и платного телевидения.

Многие направления работы компании уже сами по себе имеют важное социальное измерение. Среди них – участие в госпрограмме «Информационное общество», развитии электронного правительства и госуслуг, организация видеонаблюдения за Единым государственным экзаменом, проекты «Безопасный город», внедрение единого номера вызова экстренных оперативных служб «112» и многие-многие другие.

Один из важнейших проектов, которым занимается «Ростелеком» с 2014 года, – устранение цифрового неравенства. Эту задачу – обеспечение равных возможностей для всех граждан – решают многие страны мира. Нашей компании предстоит построить более 200 тыс. км новых волоконно-оптических линий связи и обеспечить высокоскоростной доступ в интернет в почти 14 тыс. малых населенных пунктов страны.

Безусловно, крупная корпорация, один из лидеров отрасли, занимается различными проектами в области социальной корпоративной ответственности. «Ростелеком» была генеральным партнером зимних Олимпийских и Паралимпийских игр в Сочи в 2014 году. Благодаря нашей компании впервые эти игры весь мир увидел в UltraHD-качестве. В багаже «Ростелекома» – многолетнее сотрудничество с крупнейшими спортивными федерациями. Очень большое значение мы придаем проекту «Азбука интернета» и обучению азам веб-грамотности старшего поколения. Конечно, это далеко не все проекты и направления.

Мы накопили богатый опыт в сфере КСО, и однажды нам стало интересно: а как он смотрится в сравнении с деятельностью других компаний из других стран? Это важно с точки зрения определения приоритетов, долгосрочного планирования нашей работы. В итоге появилось данное исследование от CAF, которое несомненно будет интересно и полезно компаниям российской отрасли связи и ИТ. Будет отлично, если оно поможет появлению новых интересных и инновационных проектов КСО в России.

**Юлиана Соколенко,**  
**заместитель директора Департамента внешних коммуникаций**  
**ПАО «Ростелеком»**

## Введение

Данное исследование проведено по заказу ОАО «Ростелеком» и посвящено практикам социальных инвестиций крупнейших мировых телекоммуникационных компаний зарубежных стран.

**Цель исследования** – проанализировать подходы к корпоративной благотворительности и корпоративной социальной ответственности (КСО) телекоммуникационных компаний.

Социальные инвестиции компаний отрасли имеют ярко выраженную специфику и в большинстве случаев непосредственно связаны со сферой их деятельности. Зачастую бизнес-цели непросто отделить от социальных задач. В частности, компании разрабатывают новые устройства для решения проблем социально незащищенных групп (например, система видеогuida для слепых, медицинские онлайн-сервисы и др.). Социальный результат очевиден, при этом на рынок выводится инновационный продукт, который принесет прибыль.

Спектр направлений социальной ответственности довольно широк: от обеспечения доступа к информационным технологиям для социально незащищенных людей до развития инновационного образования и поддержки исследований в сфере ИТ.

Ниже речь пойдет о направлениях и технологиях социальных инвестиций телекоммуникационных компаний и их своеобразии. Во многих случаях компании одновременно используют несколько различных механизмов, их программы многоаспектны. Поясним это на примере: какая-то компания в рамках своей социальной ответственности производит специальные мобильные приложения и устройства, помогающие людям с хроническими заболеваниями, пожилым, а также людям с ограниченными возможностями, развивая при этом молодежные стартапы и используя работу волонтеров – как профессиональную, pro bono, так и общегражданский активизм, одновременно обучая волонтеров и группы пользователей компьютерной грамотности на высоком уровне. Поэтому она будет упомянута в разных разделах исследования, и некоторые повторы неизбежны.

Исследование было проведено на основе публичной информации (сайты, годовые отчеты, публикации) пяти лидирующих западных компаний отрасли: British Telecom (BT Group, Великобритания), Telefónica (Испания, Латинская Америка), AT&T (США), Verizon Communications (США), T-Mobile (Deutsche Telekom, Западная Европа).

## *Выбор тем и благополучателей*

- **Доступность связи и технологий** – главный приоритет социальной ответственности. Практически все компании стремятся обеспечить доступ к интернету и мобильной связи 100% населения своих стран, уделяя особое внимание школам, больницам и иным социальным учреждениям.
- **Помощь социально незащищенным людям** – обучение компьютерной грамотности, создание специальных сервисов (онлайн-консультирование по медицинским вопросам) и т. п.
- **Помощь людям с ограниченными возможностями здоровья** – разработка и внедрение специальных устройств, делающих ИТ доступными для них.
- **Развитие образования** – школьного и вузовского, внедрение современных технологий в учебный процесс, обеспечение доступности образования, развитие онлайн-образования, стимулирование у учащихся интереса к науке и технологиям.
- **Безопасность при использовании информационных технологий** – интернета и мобильной связи.
- **Поддержка инноваций в науке, культуре и искусстве** – от инновационных ИТ-стартапов до фестивалей цифрового искусства.
- **Помощь местным сообществам** – с использованием специальных ресурсов отрасли и без них.
- **Экология**, в том числе рациональное природопользование и энергопотребление.

## Особенности социальных инвестиций в отрасли

Зарубежные телекоммуникационные компании очень схожи в понимании своей роли в социальном развитии общества. Главная идея – **улучшение качества жизни людей благодаря информационным технологиям.**

**Преодоление коммуникационной изоляции людей и развитие современных информационных технологий** – основной фокус благотворительных инициатив компаний отрасли.

Преодоление коммуникационной изоляции по-прежнему актуально не только для стран третьего мира, но и для Европы и Америки. **British Telecom (BT Group, Великобритания)**, например, поставила задачу обеспечить высокоскоростным интернетом 9 из 10 жителей Великобритании. **T-Mobile (Deutsche Telekom, Западная Европа)** расширяет географию покрытия ультраскоростным широкополосным интернетом в Европе. Одна из ее задач – подключение к скоростному интернету сельских территорий Германии. Компания также участвовала в подключении к интернету сельских территорий Венгрии и Хорватии. **AT&T (США)** выделила 100 млн долл. на оснащение мобильным широкополосным интернетом школ США. **Telefónica (Испания, Латинская Америка)** проводит интернет и предоставляет компьютеры в школьные классы в Латинской Америке. **Verizon Communications (США)** активно внедряет информационные технологии в социальные учреждения: дома престарелых, интернаты для слабовидящих, слабослышащих людей, – обеспечивая им доступ к широкополосному интернету и мобильной связи.

Кроме предоставления **возможности доступа** к интернету и телефонии, компании прилагают немалые усилия, чтобы **пополнить ряды пользователей ИТ**, одновременно улучшая качество их жизни. Этому способствуют обучение компьютерной грамотности пенсионеров, безработных, бездомных и др., а также разработка и внедрение специального оборудования и приложений для людей с ограниченными возможностями здоровья, открывающие им доступ к ИТ.

**BT Group** организует компьютерные курсы для пожилых, людей с ограниченными возможностями и безработных. Компания стремится сделать телефонную связь доступной для всех категорий граждан, устанавливая субсидированную цену для малообеспеченных групп. Есть и специальное предложение для сообществ домохозяйств (товариществ собственников жилья, ТСЖ) по совместному использованию интернет-канала, которое позволяет экономить на связи. Также компания поддерживает исследования потребностей людей с ограниченными возможностями в повышении независимости и самостоятельности с помощью телекоммуникационных технологий.

Для социально неблагополучных людей разрабатываются специальные сервисы. **Telefónica**, например, запустила социальный медицинский портал в Бразилии, где можно задать вопросы докторам, а также сервис финансовых услуг для тех, у кого нет банковского счета. Эта компания совместно с сотрудниками создала ассоциацию, которая помогает людям с ограниченными возможностями адаптироваться к работе, выпускает специальные

приложения и устройства, адаптирующие средства коммуникации для использования людьми с различными физическими проблемами.

Онлайновые и телефонные медицинские консультации по вопросам хронических болезней для людей из отдаленных районов организует и **Verizon Communications**. Она также создает приложения и устройства для людей с ограниченными возможностями.

Молодое поколение, которое уже интегрировано в пространство информационных технологий, рассматривается не только как активный пользователь сервисов и продуктов, но и как потенциальный источник развития инноваций. В связи с этим большое внимание уделяется образованию – как школьному, так и вузовскому.

Многие компании стремятся вовлечь детей в изобретательство, привить им интерес к науке и инженерии. **Deutsche Telekom Foundation** (Фонд компании T-Mobile) занимается комплексной поддержкой образования: развивает интерес к науке у детей с самого раннего возраста, сотрудничает с детскими дошкольными учреждениями, выделяет стипендии талантливым студентам, финансирует исследования в сфере науки, технологий, инженерии и математики.

Развитием инновационного образования в школе занимается **Благотворительный корпоративный фонд Telefónica**. **Fundación Telefónica Challenge** – образовательный проект, призванный внедрить инновационные подходы в преподавание научных и технологических дисциплин для школьников. Программа направлена на решение проблемы подготовки высококвалифицированных научных кадров, актуальной в Испании.

**Verizon Communications** ведет в начальной школе образовательные программы, направленные на развитие интереса к познанию. На занятиях ученики используют планшетные компьютеры и специально разработанные компанией приложения для обучения. Учителей также специально готовят к тому, чтобы они могли проводить уроки с применением компьютерных технологий. А для родителей создаются руководства: как заниматься с детьми, чтобы вызвать интерес. Отдельная программа направлена на вовлечение девочек в науку. В компании уверены, что вскоре почти все профессии будут требовать технических навыков, хотя сейчас в обществе укоренилось мнение, будто технические специальности больше подходят для мужчин. Учащимся старшей и средней школы предлагается возможность поучаствовать в создании новых приложений для мобильных устройств.

В странах, где получение образования для детей остается проблематичным, инициативы компаний направлены на то, чтобы это изменить. **Telefónica**, например, ставит цель сокращения детского труда в странах Латинской Америки. Программа **Proñiño** Благотворительного фонда **Telefónica** действует с 1998 года и стимулирует взаимодействие властей, частных компаний и некоммерческого сектора в защите прав детей и противодействии раннему детскому труду. Она направлена на повышение качества и доступности образования.

Развивается и дистантное образование. **BT Group** с помощью спутникового интернета организует доступ к онлайн-образованию для детей в 12 странах Африки.



**Verizon Communications** создала специальную онлайн-видеокамеру, решая проблему расстояний и доступности обучения для всех категорий детей.

Вузовскому образованию также уделяется большое внимание.

Разностороннюю поддержку высшему образованию оказывает **Telefónica**. Компания создает специальные сервисы для преподавателей, способствующие развитию инноваций. **Фонд Telefónica** ведет программу двухступенчатой поддержки студентов технических факультетов университетов: сначала помощь оказывается в процессе учебы, затем – при трудоустройстве в одно из инновационных предприятий-партнеров. Формированию предпринимательского подхода и развитию технологических навыков у европейской молодежи посвящена программа Think Big («Думай о большем»). Она предоставляет молодым людям средства для реализации их предпринимательских идей, а также телекоммуникационные возможности для распространения опыта и мотивации сверстников. В реализации программы участвуют и сотрудники компании. Фонд также поддерживает инновационные стартапы в сфере информационных технологий.

**AT&T** содействует карьерному росту с помощью онлайн-образования. У компании есть ряд разноплановых программ в сфере технического онлайн-образования для студентов: проекты общего дополнительного развития или альтернативного обучения. **AT&T** вдобавок проводит программу стажировок учащихся выпускных классов и студентов в компании, а ее сотрудники занимаются менторством. Кроме того, **AT&T** поддерживает национальную инициативу ConnectED, которая направлена на улучшение взаимодействия преподавателей, использующих новые технологии, и студентов, ищущих информационные возможности.

Для многих телекоммуникационных компаний характерны поддержка инноваций в области ИТ и одновременно вклад в развитие науки, культуры и искусства. Повышение уровня образования в сфере коммуникаций и технологий для молодежи – одна из задач **BT Group**. Компания реализует множество проектов с молодежью: конкурсы среди молодых ученых, фестивали социально значимого кино, снятого молодежью, и т. п. Ведутся регулярные исследования о реальном влиянии и значимости доступности коммуникаций в жизни людей.

**Telefónica** также поддерживает исследования и организует научные конференции, например ежегодную конференцию о влиянии технологий на совершенствование образования. Одна из программ **Фонда Telefónica** посвящена культуре и цифровому искусству. Поддерживается развитие современного цифрового искусства, создание художественных произведений с помощью технологий. Фонд реализует широкий спектр мероприятий по стимулированию, распространению знаний и опыта: исследования, конференции, выставки, конкурсы и премии. В офисном здании компании открыт выставочный зал, где представлены объекты цифрового искусства.

Отдельное направление социальной ответственности компаний – предупреждение рисков вследствие использования их продуктов. Наиболее популярные инициативы в этой области связаны с безопасностью в интернете.

**T-Mobile** реализует ряд программ, связанных с безопасностью интернета для школьников. Работа ведется с родителями, детьми и учителями. Им помогают разобраться в угрозах интернет-пространства и принципах охраны информации. Компания создала «Защищенный интернет для детей», предоставляя юным пользователям безопасное место для поиска. Сервис отсекает страницы с сомнительным содержанием и дает список рекомендованных для детей сайтов. Еще одна инициатива – «Детский портал». Он содержит много информации, интересной детям: игры, тесты, новости, чат, видео и т. п.

**BT Group** также уделяет большое внимание вопросам безопасного использования интернета, обучению способам защиты информации. Компания создает фильтры, антивирусные программы и т. п. Отдельное направление – безопасность интернета для детей. Компания предоставляет родителям возможности блокировки сомнительных сайтов. **BT** совместно с фондом Мари Коллинз запустили программу защиты детей от сексуального насилия онлайн. Эта проблема очень распространена в Великобритании. В рамках программы под названием «Тропа защиты» (Path to Protection) осуществляются доработка законодательства, регулирующего онлайн-индустрию на национальном уровне, выпуск DVD с реальными историями, а также тренинги для работников колл-центра **BT**.

**AT&T** проявляет заботу о водителях – пользователях мобильных телефонов. Компания проводит акцию «Это может подождать» для предупреждения рисков отвлечения водителей мобильной связью за рулем.

Помощь местным сообществам также в числе приоритетов телекоммуникационных компаний. Для решения этой задачи они привлекают некоммерческие благотворительные организации и сотрудников.

Специальная программа поддержки НКО «Улучшение жизни» существует у **BT Group**. Компания способствует организационному развитию и укреплению местных НКО, действуя в четырех стратегических направлениях: профессиональное волонтерство (услуги pro bono), поддержка фандрайзинга, программа пожертвований сотрудников (Give As You Earn) и предоставление технологий. Компания проводит и специальный **BT-чемпионат**, где ее сотрудники – молодые люди – обучают компьютерной грамотности пожилых. Кроме того, **BT** реализует глобальную программу Connecting Africa, направленную на оказание помощи местным сообществам и детям в 12 странах Африки.

**AT&T** поддерживает местные сообщества, развивая корпоративное волонтерство, оказывая содействие бывшим военнослужащим и помощь в чрезвычайных ситуациях. В 2013 году, например, волонтеры потратили более 5,3 млн часов на разного рода общественные активности: помощь школам, паркам и т. п. Концепция «Сделай одно дело» (Do one thing) призывает сотрудников регулярно совершать добрые дела в отношении сообщества, благотворительных организаций.

Большая волонтерская программа у **T-Mobile**. Сотрудники могут оказывать волонтерскую поддержку НКО и жертвовать им деньги, а также предлагать свои собственные проекты. Более 400 сотрудников, например, помогают освоить компьютерную грамотность пожилым людям и иммигрантам.

Волонтеры **Telefónica** вовлечены практически во все программы **Фонда Telefónica**. Фонд управляет целой межнациональной корпоративной сетью волонтеров, распространяющейся на все страны присутствия компании (1285 волонтеров в 19 странах).

Еще одно направление – забота об экологии, в том числе о рациональном природопользовании и энергопотреблении. Это одно из важных направлений социальной ответственности **Verizon Communications**. Компания применяет принципы устойчивости в своих бизнес-процессах: использует солнечную энергию и экологические возобновляемые упаковки в рамках основного бизнеса, практикует посадку дерева при принятии нового сотрудника на работу и т. п. **BT Group** также предпринимает много усилий в области устойчивости бизнеса: предоставляет открытую информацию о выбросах углекислого газа компанией, содействует снижению парникового эффекта и т. п.

## Виды и форматы благотворительной деятельности

При реализации своих стратегий социальной ответственности компании стремятся **максимально использовать технологические возможности отрасли**. Это происходит практически во всех направлениях благотворительности.

Компании создают специальные сервисы, платформы и продукты для решения социальных задач: сайты онлайн-консультирования, фандрайзинговые платформы для НКО, площадки для взаимодействия преподавателей и студентов, обучающие приложения и игры и т. п.

**Помощь социально незащищенным людям** оказывается прежде всего в виде обеспечения им доступа к информационным технологиям. Кроме того, для них создаются сервисы онлайн-консультирования по медицинским, юридическим, финансовым и другим вопросам. Обучение компьютерной грамотности призвано способствовать их социализации.

В помощь **людям с ограниченными возможностями здоровья** разрабатываются и выпускаются реабилитационные устройства. **Verizon Communications**, например, производит мобильное приложение для смартфонов и специальные очки с камерами и сенсорами, которые обеспечивают визуализацию для слепых и слабовидящих людей. Очки предоставляют информацию о том, что происходит вокруг, в реальном времени, а приложение различает предметы, цвета, названия, коды, знакомые лица и озвучивает их слепому пользователю. Компания создает приложения и устройства, помогающие людям с хроническими заболеваниями. Беспроводное биометрическое устройство, например, напоминает людям, страдающим диабетом, о правилах, которых необходимо придерживаться; измеряет основные показатели веса, крови, давления и отправляет их для просмотра врачу.

Адаптационные устройства и программы для людей с ограничениями по слуху, зрению, речи и мобильнос создает и **BT Group**.

Специальные сервисы и продукты масштабно используются в **образовании**. Создаются сервисы, приложения и устройства для онлайн-обучения по программам школьного, вузовского и дополнительного образования, конструируются платформы для студентов и преподавателей, разрабатываются учебные и учебно-игровые приложения и т. п. Сервисы для преподавателей, способствующие развитию инноваций, активно использует, например, **Telefónica**. Среди них: «Образовательные лаборатории», где можно разрабатывать и тестировать дидактические материалы, эффективно вовлекающие студентов в образовательный процесс, а также представлять коллегам и экспертам новые методики для обсуждения; информационный портал Educared – сеть для обмена инновационными методиками, технологиями и педагогическими наработками и т. п.

У **AT&T** есть сервис технического онлайн-образования: Udacity (Онлайн-нанодиплом) и Магистерская онлайн-программа в сфере IT. **Verizon Communications** создала

специального робота VGo – онлайн-видеокамеру, которая позволяет включать в образовательный процесс удаленную группу школьников или одного ученика. С ее помощью создается полный эффект присутствия и участия в офлайн-процессе. Таким образом решается проблема расстояний и доступности обучения для всех категорий детей.

Решая задачу **стимулирования инноваций**, компании вовлекают детей и молодых людей в изобретательство. Компании дают школьникам и студентам возможность участвовать в проектировании реальных приложений для мобильных устройств, которые потом выходят на открытый рынок. **Telefónica** учредила премию за создание приложений для молодежи – разработку интересных мобильных приложений, в основном для решения социальных задач. **Verizon Communications** приглашает поучаствовать в создании новых приложений учащихся старшей и средней школы. Школьники должны предложить идеи, а компания помогает их технически реализовать. Победившие команды получают возможность вместе с инженерами работать над созданием приложений, которые потом поступят в продажу. Таким образом учащиеся получают новые знания, практический опыт и представление о возможностях профессиональной сферы.

В контексте **развития науки, культуры и искусства** многие компании также финансируют различные исследования, организуют конференции, выставки и конкурсы, учреждают премии, выделяют стипендии талантливым студентам, поощряют инновационное предпринимательство.

**Поддерживая местные сообщества**, компании также максимально используют свои технологические возможности, создавая фандрайзинговые платформы, предоставляя бесплатный хостинг и т. п. Наиболее показательный пример – программа помощи НКО, существующая у **BT Group**. Компания создала платформу MyDonate, на которой благотворительные организации могут собирать пожертвования онлайн. Сервис финансируется компанией, поэтому средства доноров в полном объеме поступают в НКО, не требуя от них никакой комиссии. **BT** также выступает провайдером в сборе средств при массовых благотворительных акциях через телевидение и другие СМИ. Компания издала пошаговое пособие по созданию сайтов для НКО (BT's Community Web Kit), а также предоставляет организациям бесплатный хостинг, поддержку их платформ и т. п. **BT Charities Club** (благотворительный клуб) предоставляет своим участникам телефонную связь по сниженной стоимости. Программа пожертвований дает сотрудникам возможность регулярно перечислять деньги в НКО онлайн.

Большая часть **волонтерских проектов** напрямую связана с тематикой отрасли. Активно используются услуги pro bono – от участия волонтеров в обучении компьютерной грамотности до менторства молодых. В **BT Group** на постоянной основе действует волонтерский сервис: сотрудники, обладающие разными профессиональными знаниями, консультируют НКО как по текущим, так и по стратегическим вопросам развития. В соответствии с запросом НКО и поставленной задачей формируется команда волонтеров нужных профессий, способных оперативно и грамотно помочь организации. Компания предоставляет сотрудникам до 3 оплачиваемых рабочих дней в год для волонтерской работы. **T-Mobile** создала интерактивную платформу, помогающую сотрудникам находить подходящие проекты НКО. Работники компании привлекаются к обучению компьютерной грамотности социально незащищенных граждан. **AT&T** организовала «Академию

менторства» – программу, вовлекающую сотрудников компании в менторские отношения со студентами и другими молодыми людьми, в том числе на рабочем месте. Сотрудники опекают детей-сирот и неблагополучных детей, контактируют со школьными сообществами и т. п.

Социально ориентированный маркетинг использует **BT Group** – при покупке товаров компании производятся отчисления от продажи в пользу благотворительных организаций.

## Организация благотворительной деятельности

У двух компаний, представленных в обзоре, есть благотворительные фонды: **T-Mobile (Deutsche Telekom Foundation)** и **Telefónica (Фонд Telefónica)**.

Участие фонда и компании в проектах, как правило, тесно взаимосвязано: они дополняют друг друга. Таким образом создается кумулятивный эффект от вклада, тесная взаимосвязь социальных инвестиций с бизнес-процессами и целями компании.

Для компаний отрасли характерно **сотрудничество с крупными национальными и международными некоммерческими организациями** – «Детские деревни SOS», «Большие братья и сестры» и т. п.

**Местные некоммерческие организации** являются партнерами благотворительных программ и акций. Большинство компаний сотрудничает с местными НКО в рамках конкретных программ, используя их экспертный потенциал в определенных областях.

В зависимости от выбранных направлений благотворительности компании сотрудничают с организациями, специализирующимися на конкретной тематике. Например, **BT Group** одну из своих программ безопасного интернета проводит вместе с Фондом Мари Коллинз, занимающимся защитой детей от сексуального насилия.

В образовательных проектах, кроме взаимодействия с тематическими организациями, компании сотрудничают с учебными заведениями и учреждениями культуры. **AT&T Inc**, например, при работе в школах, вузах и колледжах привлекает Фонд преподавания науки (We teach science).

Также осуществляется **помощь НКО в развитии**, как правило путем внедрения информационных технологий в их работу.

Иногда компании создают совместные инициативы. **T-Mobile**, например, вместе с другими операторами связи в Европе запустили портал TeachToday.eu, помогающий учителям обучать детей пользованию современными коммуникациями безопасно и ответственно.

## Выводы

1. Ключевая идея для формирования социальных инвестиций всех рассмотренных компаний – понимание, что **современные информационные технологии являются катализатором позитивных изменений в жизни общества и конкретных людей**, выравнивают возможности и позволяют по-новому решать социальные проблемы.
2. **Тема коммуникаций и технологий универсальна.** Практика мировых лидеров отрасли показывает, что развитие через технологии может приносить пользу в различных сферах жизни общества: в повышении качества жизни людей с ограниченными возможностями, социально незащищенных групп, развитии отдаленных территорий и т. п. Работа в этом направлении оправдана и с точки зрения корпоративных социальных инвестиций, так как ценность повышения качества жизни за счет внедрения технологий имеет долгосрочный устойчивый эффект и во много раз превосходит финансовую стоимость таких программ.
3. **Интеграция социальных проектов в бизнес-интересы и процессы компании** – эффективный подход к корпоративной социальной политике, так как он позволяет использовать ресурсы и возможности компании, а также получать кумулятивный социальный и экономический эффект. Только волонтерские программы в ряде компаний могут напрямую не совпадать с основным подходом, так как они в первую очередь основаны на выборе сотрудниками сфер приложения своих усилий.
4. Характерной особенностью отрасли является **совмещение вклада в виде финансовых и нефинансовых ресурсов**. Это может быть квалифицированная работа специалистов pro bono, создание и передача различных устройств и программных продуктов, предоставление доступа в сеть и создание других инфраструктурных возможностей.
5. **Ставка на молодежь:** большинство программ ориентировано на детей и молодых людей как основных потребителей технологий и будущих специалистов индустрии.
6. **Сотрудники компаний** также вовлекаются в благотворительность, участвуя в выборе и поддержке проектов местных организаций. Сотрудники помогают НКО в качестве волонтеров, а также участвуют в фандрайзинговых акциях в пользу той или иной организации.
7. Российские компании, в отличие от западных коллег, только частично сфокусированы на приоритетных для отрасли сферах поддержки. В России много свободных ниш в тематике информационных технологий, что открывает широкие возможности для формирования пакета социальных инвестиций.





**CAF Russia**

101000, Москва  
ул. Мясницкая, 24/7, стр. 1,  
10 подъезд, 4 этаж, офис 102

T: +7(495) 792 5929  
Ф: +7(495) 792 5986  
W: [www.cafussia.ru](http://www.cafussia.ru)

**CAF** Charities Aid  
Foundation