

УДК 334.012

***ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ  
В КОНТЕКСТЕ РЕАЛИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ  
ОТВЕТСТВЕННОСТИ***

***(НА ПРИМЕРЕ МАРАФОНА «ФИНАНСОВЫЙ МИР» БАНКА ВТБ)***

***Хованова Е.В.,***

*к.соц.н., доцент*

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,*

*г. Москва, Россия*

***Оглоблина А.Н.,***

*студент 2 курс,*

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,*

*г. Москва, Россия*

***Соколова В.М.,***

*студент 2 курс,*

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,*

*г. Москва, Россия*

**Аннотация**

В статье рассматриваются образовательные мероприятия как одна из практических форм реализации корпоративной социальной ответственности бизнеса. Теоретическая часть основана на сопоставлении зарубежных и российских подходов к пониманию КСО, социальных инвестиций и финансовой грамотности. В практической части проанализирован кейс ВТБ – цикл марафонов по финансовой грамотности «Финансовый мир», ориентированный на студентов вузов и организаций среднего профессионального образования. Показано, что проект сочетает решение общественно значимой задачи повышения финансовой грамотности молодежи с реализацией корпоративной повестки устойчивого развития, а также обладает признаками социальной инвестиции в человеческий капитал.

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, образовательные мероприятия, практико-ориентированный проект, социальные инвестиции, финансовая грамотность, ВТБ, «Финансовый мир».

***PRACTICE-ORIENTED EDUCATIONAL PROJECT IN THE CONTEXT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IMPLEMENTATION (BASED ON THE "FINANCIAL WORLD" MARATHON OF VTB BANK)***

***Khovanova E.V.,***

*Scientific supervisor, PhD in Sociology, Associate Professor*

*Plekhanov Russian University of Economics,*

*Moscow, Russia*

***Ogloblina A.N.***

*student,*

*Plekhanov Russian University of Economics,*

*Moscow, Russia*

***Sokolova V.M.***

*student,*

*Plekhanov Russian University of Economics,*

*Moscow, Russia*

**Abstract**

The article examines educational activities as one of the practical forms of implementing corporate social responsibility in business. The theoretical part is based on a comparison of foreign and Russian approaches to understanding CSR, social investment and financial literacy. The practical part analyses the case of VTB – the cycle of financial literacy marathons "Financial World" aimed at students of universities and secondary vocational education institutions. It is shown that the project combines solving the socially significant task of improving the financial literacy of

young people with the implementation of the corporate sustainable development agenda, and also has the features of a social investment in human capital.

**Keywords:** corporate social responsibility, educational activities, practice-oriented project, social investment, financial literacy, VTB, "Financial World".

В современных условиях корпоративная социальная ответственность все чаще выходит за рамки благотворительности и разовых социальных акций. Компании стремятся участвовать в решении долгосрочных общественных задач, связанных с развитием человеческого капитала, просвещением и формированием устойчивых моделей поведения. Для финансового сектора это особенно значимо, поскольку качество повседневных финансовых решений граждан прямо связано с их способностью планировать расходы, управлять долгом, противостоять мошенничеству и безопасно использовать любые цифровые сервисы. В России данное направление закреплено на уровне государственной политики: действует Стратегия повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года, а план мероприятий по ее реализации был актуализирован в 2026 г. [10; 17].

Актуальность темы подтверждается и статистическими данными. По данным НАФИ, по итогам 2025 г. индекс финансовой грамотности россиян составил 12,61 балла, что на 0,16 балла ниже уровня 2024 г. При этом исследование зафиксировало не просто умеренное снижение общего показателя, а рост неоднородности финансового поведения населения: доля граждан со средним уровнем финансовой грамотности сократилась до 45 %, тогда как одновременно увеличились доли как более подготовленных, так и уязвимых групп. Наиболее проблемной возрастной категорией оказалась молодежь 18–34 лет: 51 % ее представителей демонстрируют низкий уровень финансовой грамотности, а высокий уровень имеют лишь 11 % [6].

Проблема усугубляется ростом финансового мошенничества. По данным Банка России, в 2025 г. объем операций без добровольного согласия клиентов

вырос на 6,4 %, а их количество – на 31,2 % по сравнению с предыдущим годом. Злоумышленники продолжили активно использовать методы социальной инженерии, фишинговые ссылки и вредоносное программное обеспечение [9]. Одновременно в 2025 г. Банк России получил почти 392 тыс. жалоб от потребителей финансовых услуг и инвесторов; значительная часть обращений была связана с отказом в проведении операций, блокировкой карт и доступов к дистанционным сервисам, а рост жалоб на банковские операции во многом сопровождал усиление антифрод-мер [11]. Это означает, что просветительская работа в финансовой сфере становится не факультативным направлением, а элементом общественной профилактики рисков.

В то же время общественный запрос на финансовое просвещение остается высоким. В 2025 г. в VIII Всероссийском онлайн-зачете по финансовой грамотности приняли участие более 2,3 млн человек, включая сотрудников более 300 компаний со всей страны [8]. Следовательно, массовые образовательные форматы действительно востребованы и воспринимаются обществом как полезный инструмент. На этом фоне особый интерес представляет кейс ВТБ «Финансовый мир», который в 2025 г. был отмечен в программе «Лучшие социальные проекты России» [13; 16]. Анализ такого проекта позволяет оценить, каким образом образовательное мероприятие может выступать формой КСО и одновременно социальной инвестицией бизнеса.

Цель работы – изучить специфику образовательных мероприятий как формы реализации корпоративной социальной ответственности на примере цикла марафонов «Финансовый мир» и дать практические рекомендации для развития данного мероприятия в соответствии с более высокими стандартами КСО. Для достижения цели необходимо уточнить ключевые понятия предметной области, показать связь образовательных инициатив бизнеса с социальными инвестициями, проанализировать сущность и результаты рассматриваемого кейса, определить его сильные стороны и направления дальнейшего развития.

В работе использованы методы анализа и сопоставления научной литературы, анализа нормативных и программных документов, анализа открытых статистических данных, а также кейс-анализа открытых материалов компании ВТБ и проекта «Финансовый мир». Информационной базой статьи стали научные труды отечественных и зарубежных авторов по теме корпоративной социальной ответственности, социальных инвестиций и финансовой грамотности, а также данные официальных источников по рассматриваемому мероприятию, размещенные в открытых источниках.

В научной литературе корпоративная социальная ответственность трактуется по-разному, однако большинство подходов объединяет понимание того, что речь идет о системной, а не разовой активности компании. Европейская комиссия определяет КСО как ответственность предприятий за их воздействие на общество. Из этого следует, что социальная ответственность не сводится к репутационной активности: она предполагает интеграцию социальных, экологических, этических, потребительских и правозащитных вопросов в стратегию и операционную деятельность компании [1].

Схожий акцент делает ЮНЕСКО. В материалах организации КСО описывается как ответственность предприятий за свое влияние на общество, делающая компании подотчетными самим себе, заинтересованным сторонам и общественности. При этом подчеркивается, что речь идет о практиках и политиках, которые выходят за пределы формального соблюдения закона и максимизации прибыли [5]. Такой подход важен для анализа образовательных инициатив: если компания инвестирует в просвещение целевых групп, не ограничиваясь продвижением собственных услуг, то подобная деятельность может быть отнесена к сфере КСО.

Третий важный подход задает стандарт ISO 26000. В нем социальная ответственность связывается с уважением к обществу и окружающей среде и рассматривается как значимый фактор устойчивости организации и оценки ее общей результативности [2]. В данном контексте КСО понимается не как

дополнительная внешняя нагрузка на бизнес, а как компонент устойчивого развития, влияющий на долгосрочную эффективность, доверие заинтересованных сторон и качество корпоративного управления.

В российской учебной и научной литературе КСО также рассматривается как управленческая категория, включающая систему отношений компании с ключевыми стейкхолдерами и набор практических инструментов по согласованию экономических и общественных интересов [12; 14]. Такой взгляд особенно продуктивен для прикладного анализа, поскольку позволяет оценивать не только декларируемые ценности компании, но и конкретные механизмы их реализации – программы поддержки образования, социальные инвестиции, партнерские проекты и просветительские инициативы.

Отдельного рассмотрения требует понятие социальных инвестиций. В статье А. Е. Кисовой, Л. В. Московцевой и О. Н. Митрофановой корпоративное социальное инвестирование раскрывается как долгосрочное вложение ресурсов компании в развитие человека и социальной среды, способное создавать общественную пользу и одновременно формировать условия устойчивого развития самой организации [15]. С этой точки зрения образовательные программы бизнеса следует рассматривать как социальные инвестиции тогда, когда они ориентированы не на разовый информационный эффект, а на формирование устойчивых знаний, навыков и моделей поведения у целевой аудитории.

Еще одно ключевое понятие для данной темы – финансовая грамотность. В рамках подхода организации экономического сотрудничества и развития (ОЕСД) финансовая грамотность представляет собой совокупность осведомленности, знаний, навыков, установок и моделей поведения, позволяющих принимать обоснованные и рациональные финансовые решения [3]. ОЕСД также подчеркивает важность адресных образовательных программ для уязвимых групп, включая молодежь, поскольку именно они помогают формировать финансовую устойчивость и благополучие. Материалы ОЕСД по

финансовой грамотности учащихся показывают, что даже на международном уровне проблема остается острой: в среднем по 14 странам ОЭСР, участвовавшим в PISA 2022, 18 % школьников не достигают базового уровня финансовой грамотности [4]. Российские исследования студенческой аудитории также подтверждают необходимость поиска практико-ориентированных форм обучения финансовому поведению [18].

В качестве практического кейса в работе рассматривается цикл марафонов по финансовой грамотности «Финансовый мир», реализуемый ВТБ. Согласно открытым материалам проекта, темы марафонов напрямую соотносятся с задачами государственной стратегии до 2030 г.: борьба с закредитованностью, развитие культуры сбережений, снижение рисков финансового мошенничества и популяризация ответственного подхода к инвестициям [13]. Уже на уровне целеполагания это показывает, что проект встроен не только в корпоративную повестку банка, но и в более широкий общественный контекст.

По типу «Финансовый мир» представляет собой практико-ориентированный образовательный онлайн-формат регионального масштаба для студентов вузов и организаций среднего профессионального образования. Цель марафонов состоит в формировании у студентов целостного понимания финансовой грамотности как одного из базовых навыков современного человека – от финансовой безопасности до осознанного управления личными средствами [13]. Таким образом, проект ориентирован не на узкое продвижение отдельных финансовых продуктов, а на развитие прикладных компетенций, востребованных в повседневной жизни.

Ключевыми стейкхолдерами проекта выступают, во-первых, сами студенты как непосредственные участники обучения; во-вторых, образовательные организации, для которых участие в марафонах становится дополнительным инструментом подготовки обучающихся к реальным жизненным вызовам; в-третьих, сам банк и связанная с ним образовательная инфраструктура, получающие возможность реализовывать просветительскую

миссию и выстраивать устойчивые партнерские отношения с учебными заведениями [7; 13]. В широком смысле можно говорить и о косвенных стейкхолдерах – семьях студентов, профессиональном сообществе, региональных партнерах и обществе в целом, поскольку повышение финансовой грамотности молодежи имеет значимый социальный эффект.

Ресурсная база проекта включает цифровую образовательную платформу [academy.vtb.ru](http://academy.vtb.ru), интерактивные учебные материалы, тесты, реальные кейсы из банковской практики, сопровождение кураторами, техническую поддержку, систему регистрации и оценки результатов, а также мотивационные механизмы в виде сертификатов и призов. Структура обучения также продумана: каждый марафон включает 5–12 теоретических уроков, резюме по теме, словарь терминов, проверочные тесты и практические задания [13]. Подобная архитектура позволяет сочетать доступность формата и содержательную насыщенность, что особенно важно для вовлечения молодежной аудитории.

Информационное сопровождение марафонов выстроено достаточно последовательно. В открытых материалах проекта подчеркивается, что участникам заранее сообщают важную информацию о регистрации, коде доступа, этапах участия и ключевых действиях перед стартом; сама регистрация описана как простая и пошаговая. Это снижает порог входа и способствует массовому участию. Тон коммуникации проекта можно охарактеризовать как доступный, мотивирующий и практико-ориентированный. В формулировках типа «Покори путь к финансовой грамотности вместе с ВТБ» прослеживается стремление говорить с молодежью на понятном языке, не жертвуя при этом серьезностью тематики [13].

Содержательно цикл охватывает несколько тематических марафонов разной сложности: «Управление личным бюджетом», «Финансовая безопасность», «Путь к финансовой свободе», «Основы инвестирования», «Акционер: больше чем инвестор». Особого внимания заслуживает блок «Финансовая безопасность», включающий темы финансовых

киберпреступлений, социальной инженерии, дропперства, финансовых пирамид и цифровой гигиены. С учетом роста мошенничества и распространения небезопасных цифровых практик среди молодежи такое тематическое наполнение выглядит особенно социально значимым. При этом проект охватывает не только защитный аспект, но и вопросы личного бюджета, жизненных финансовых приоритетов, постановки целей, управления долгами и базовых инвестиционных инструментов [9].

Оценить эффективность мероприятия позволяют и количественные показатели. По данным презентации проекта, в 2024 г. география марафонов охватила 27 регионов, число участников превысило 29 тыс., в проект были вовлечены 340 учебных заведений, уровень удовлетворенности составил 8,6 балла, а 88 % студентов выразили готовность участвовать повторно [13]. Для нашего исследования этих показателей достаточно, чтобы сделать вывод о масштабируемости, воспроизводимости и высокой степени вовлечения аудитории. Дополнительным подтверждением общественной значимости стало внешнее признание проекта: в 2025 г. цикл марафонов «Финансовый мир» был отмечен в программе «Лучшие социальные проекты России», а на сайте ВТБ Образование он назван «финансовым просветителем года» [13; 16].

С позиции КСО данный кейс представляет интерес по нескольким причинам. Во-первых, проект бесплатен для участников, а значит, барьер доступа к образовательному ресурсу минимизирован. Во-вторых, содержание проекта ориентировано на реальные социальные риски и потребности молодежи, а не на отвлеченное информирование. В-третьих, марафоны масштабируются, повторяются и встраиваются в систему партнерств между банком и образовательной средой, что соответствует логике долгосрочных социальных инвестиций. Наконец, проект укладывается в современное понимание КСО как ответственности компании за влияние на общество и за качество тех социальных эффектов, которые она производит.

Вместе с тем анализ показывает и точки дальнейшего развития. На текущем этапе открытые материалы проекта хорошо раскрывают масштаб, содержание и вовлеченность участников, но значительно меньше внимания уделяют долгосрочной оценке эффекта: насколько устойчиво меняются знания, установки и повседневные финансовые практики студентов после завершения марафона. Именно этот аспект является наиболее важным для перевода просветительской инициативы из плоскости разового образовательного события в плоскость системной социальной инвестиции.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что образовательные проекты могут рассматриваться как самостоятельная форма реализации корпоративной социальной ответственности при условии, что они направлены на решение общественно значимых задач, рассчитаны на длительный эффект, а также встроены в систему взаимодействия с заинтересованными сторонами и дают конкретный социальный результат. Программа ВТБ «Финансовый мир» соответствует данным требованиям: участие в ней является бесплатным, проект может реализовываться в различных регионах, ориентирован преимущественно на молодежь и связан с государственными приоритетами в сфере повышения финансовой грамотности. Важной особенностью этой программы является ее практическая направленность: участники получают знания и навыки, позволяющие снизить вероятность столкновения с финансовыми рисками.

Эффективность проекта можем быть оценена высоко. Об этом свидетельствуют широкая география проведения, значительное количество участников, высокий уровень удовлетворенности аудитории и готовность молодых людей вновь принимать участие в подобных мероприятиях. Дополнительным подтверждением служит профессиональное признание проекта на внешнем уровне [13; 16]. Существенное значение имеет и то, что программа одновременно отвечает интересам общества и бизнеса: молодежь получает доступ к востребованному образовательному ресурсу, а компания

укрепляет репутацию социально ответственного участника общественной жизни.

Вместе с тем анализ показал, что потенциал дальнейшего развития проекта не исчерпан. Прежде всего представляется необходимым усилить систему оценки результатов. Для этого целесообразно проводить тестирование участников до начала программы и после ее завершения, что позволит объективно определить, насколько изменился уровень их знаний и навыков. Кроме того, стоит расширить публичную отчетность по проекту, включая сведения о числе участников, региональном охвате, результатах обучения и отзывах аудитории. Это сделает проект более прозрачным и позволит точнее оценивать его общественную значимость.

Отдельного внимания требует дифференциация содержания программы. Для различных категорий молодежи – студентов первых курсов, обучающихся в системе СПО, начинающих инвесторов или участников, имеющих высокий риск долговой нагрузки, – необходимы разные образовательные модули. Такой подход позволит сделать обучение более адресным и эффективным. Перспективным направлением может стать и сопровождение участников после завершения марафона: повторные занятия, краткие обновляющие модули, материалы по противодействию мошенничеству и практические рекомендации по закреплению финансовых привычек.

Таким образом, цикл марафонов «Финансовый мир» может рассматриваться как пример того, каким образом корпоративная социальная ответственность реализуется через образовательную деятельность и приобретает характер вложения в человеческий капитал. В дальнейшем особое значение приобретает разработка инструментов, позволяющих оценивать не только непосредственные результаты программы, но и ее долгосрочное влияние на знания, установки и финансовое поведение участников спустя несколько месяцев после завершения самого обучения.

### **Библиографический список:**

1. European Commission. Corporate sustainability and responsibility [Электронный ресурс]. URL: [https://single-market-economy.ec.europa.eu/industry/sustainability/corporate-sustainability-and-responsibility\\_en](https://single-market-economy.ec.europa.eu/industry/sustainability/corporate-sustainability-and-responsibility_en) (дата обращения: 08.04.2026).
2. ISO. ISO 26000 – Social responsibility [Электронный ресурс]. URL: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html> (дата обращения: 08.04.2026).
3. OECD. Financial education [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oecd.org/en/topics/financial-education.html> (дата обращения: 08.04.2026).
4. OECD. Student financial literacy [Электронный ресурс]. URL: <https://www.oecd.org/en/topics/student-financial-literacy.html> (дата обращения: 08.04.2026).
5. UNESCO. Corporate Social Responsibility (CSR) [Электронный ресурс]. URL: <https://www.unesco.org/en/dtc-finance-toolkit-factsheets/corporate-social-responsibility-csr> (дата обращения: 08.04.2026).
6. Аналитический центр НАФИ. Индекс финансовой грамотности – 2025: россияне стали хуже считать «проценты» [Электронный ресурс]. URL: <https://nafi.ru/polls/indeks-finansovoy-gramotnosti-2025-rossiyane-stali-khuzhe-schitat-protenty/> (дата обращения: 07.04.2026).
7. Банк ВТБ (ПАО). Марафоны по финансовой грамотности [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vtb.ru/fincult/marathons/> (дата обращения: 08.04.2026).
8. Банк России. Более 2,3 млн человек приняли участие в VIII Всероссийском онлайн-зачете по финансовой грамотности [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cbr.ru/press/event/?id=28070> (дата обращения: 08.04.2026).
9. Банк России. Обзор операций, совершенных без добровольного согласия клиентов финансовых организаций. 2025 год [Электронный ресурс]. URL:

- [https://www.cbr.ru/analytics/ib/operations\\_survey/2025/](https://www.cbr.ru/analytics/ib/operations_survey/2025/) (дата обращения: 08.04.2026).
10. Банк России. Стратегия повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года [Электронный ресурс]. URL: [https://www.cbr.ru/analytics/szpp/fin\\_literacy/strategy/](https://www.cbr.ru/analytics/szpp/fin_literacy/strategy/) (дата обращения: 08.04.2026).
11. Банк России. Число жалоб на навязывание услуг в потребительском кредитовании снизилось более чем на 30 %, в автокредитовании – почти в три раза [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cbr.ru/press/event/?id=28287> (дата обращения: 08.04.2026).
12. Божук, С. Г. Корпоративная социальная ответственность : учебник для вузов / С. Г. Божук, В. В. Кулибанова, Т. Р. Тэор. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 226 с. – ISBN 978-5-534-09589-0. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт : [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/561430> (дата обращения: 08.04.2026).
13. ВТБ Образование. «Финансовый мир». Цикл марафонов по финансовой грамотности [Электронный ресурс]. URL: [https://r1.nubex.ru/s139844-1cd/f1672\\_d3/](https://r1.nubex.ru/s139844-1cd/f1672_d3/) (дата обращения: 08.04.2026).
14. Григорян, Е. С. Корпоративная социальная ответственность : учебник для бакалавров / Е. С. Григорян, И. А. Юрасов. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К, 2019. – 248 с. – ISBN 978-5-394-03159-5. – Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. URL: <https://www.iprbookshop.ru/85682.html> (дата обращения: 08.04.2026).
15. Кисова, А. Е. Корпоративное социальное инвестирование: понятие, практика применения на металлургических предприятиях / А. Е. Кисова, Л. В. Московцева, О. Н. Митрофанова // Экономика, предпринимательство и право. – 2024. – Т. 14, № 4. – С. 1505–1524.

16. Лучшие социальные проекты России. Лауреаты 2025 [Электронный ресурс]. URL: <https://socprojects.org/index.php?id=89> (дата обращения: 08.04.2026).
17. Министерство финансов Российской Федерации. Актуализированная редакция Плана мероприятий («дорожной карты») по реализации Стратегии повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года [Электронный ресурс]. URL: [https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2026/03/main/Aktualizirovannaya\\_redaktsiya\\_Plana\\_meropriyatiy.pdf](https://minfin.gov.ru/common/upload/library/2026/03/main/Aktualizirovannaya_redaktsiya_Plana_meropriyatiy.pdf) (дата обращения: 07.04.2026).
18. Фрик, О. В. Исследование финансовой грамотности студенческой молодежи аграрного вуза через призму самооценки / О. В. Фрик // Экономика, предпринимательство и право. – 2025. – Т. 15, № 6. – С. 4381–4394.