



ФОРМУЛА ДИАЛОГА

Аналитический обзор

**Подходы, практики
и механизмы
филантропической
поддержки образования
в России**

2024 год

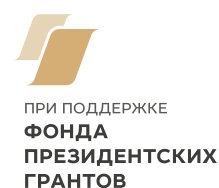
Аналитический обзор «Подходы, практики и механизмы филантропической поддержки образования в России» создан при поддержке Фонда президентских грантов в рамках проекта Форума Доноров «Формула диалога»

В работе над Аналитическим обзором участвовали:

Команда Ассоциации «Форум Доноров»

Светлана Левина, корректура

Максим Юст, верстка



Оглавление

Приветственное слово	4
Об аналитическом обзоре	5
Ключевые тезисы обзора	7
Глава 1. Вклад корпораций в поддержку образования в России	15
Глава 2. Целевые группы филантропической поддержки образования	27
Глава 3. Основные практики и механизмы филантропической поддержки образования	31
Глава 4. Мотивы и ожидаемые результаты филантропической поддержки образования	43
Глава 5. Связь с национальными целями и стратегическими задачами развития России, Целями устойчивого развития ООН	50
Глава 6. Поддержка образования как способ решения HR-задач в условиях жесткой конкуренции за кадры	57
Методология, особенности и ограничения обзора	63



Уважаемые коллеги,

Мы рады представить вашему вниманию аналитический обзор «Подходы, практики и механизмы филантропической поддержки образования в России», который был создан в рамках проекта «Формула диалога» при поддержке Фонда президентских грантов. Этот документ подготовлен на основе материалов, предоставленных компаниями, которые участвовали в проекте «Лидеры корпоративной благотворительности». В первую очередь, это заявки на конкурс социальных программ в номинации «Лучшая программа (проект), способствующая развитию образования в Российской Федерации» (2020, 2021, 2023 гг.), а также анкеты, представленные для участия в рейтинге.

Результаты ежегодного исследования в рамках проекта «Лидеры корпоративной благотворительности» свидетельствуют о том, что образование является одним из ведущих приоритетов социальных инвестиций бизнеса, ведь развитие страны, ее конкурентоспособность напрямую зависят от состояния науки и образования. Возникший кадровый голод и жесткая конкуренция за кадры показали необходимость включения работодателей в создание современной образовательной инфраструктуры, трансформации системы образования и более тесной координации действий бизнеса, власти, академического и научного сообществ.

В обзоре собран широкий спектр форматов и практик, используемых компаниями для филантропической поддержки образования. Какими мотивами руководствуются компании, поддерживающие образование в России? Какие задачи они хотят решить с помощью образовательных программ? Какие виды партнерств предпочитают? Ответы на эти и многие другие вопросы вы сможете найти в этом аналитическом обзоре.

Мы надеемся, что обзор будет полезен как компаниям, которые уже реализуют программы в сфере образования, так и тем, кто только думает приступить к разработке дизайна таких программ, а также образовательным учреждениям и некоммерческим организациям.

Александра Болдырева
Исполнительный директор
АГО «Форум Доноров»

Подходы, практики и механизмы филантропической поддержки образования в России

Об аналитическом обзоре

Цель данного обзора – представить информацию о существующих в настоящее время подходах, практиках и механизмах филантропической поддержки проектов и программ в сфере образования в России.

Источниками обзора стали материалы, предоставленные компаниями, которые участвовали в проекте [«Лидеры корпоративной благотворительности»](#). В первую очередь, это заявки на конкурс социальных программ в номинации «Лучшая программа (проект), способствующая развитию образования в Российской Федерации» (2020, 2021, 2023 гг.¹), а также анкеты, представленные для участия в рейтинге.

Опыт данной группы компаний представляет интерес для понимания практик и подходов филантропической поддержки образования в России по ряду причин:

1. Компании, участвующие в данном профессиональном конкурсе, являются крупнейшими в России (годовой оборот свыше 100 млн рублей), обладают значимыми ресурсами и возможностями, партнерским, репутационным и медийным потенциалом, который они используют и в ходе своей филантропической поддержки образования.
2. Такие компании и их корпоративные благотворительные фонды многие годы целенаправленно применяют самые передовые российские и международные

1 В 2022 году данная номинация не была представлена в конкурсе.

практики и подходы в сфере корпоративной благотворительности и социальных инвестиций. Соответственно, такие принципы и подходы они также применяют и в поддержке образования.

3. Данные корпорации имеют возможность привлекать лучших тематических экспертов и профессионалов к разработке дизайна, реализации и оценке полученных результатов своих программ в сфере благотворительности и социальных инвестиций, включая поддержку образования.
4. Большинство таких корпораций осознают свою социальную ответственность за происходящее в их отрасли, регионах присутствия и стране в целом. При этом такие компании и созданные ими корпоративные фонды могут поддерживать образование не только через предоставление дополнительных ресурсов на поддержку образования (финансовых, имущественных, технологических и пр.), но и через продвижение, внедрение в российское образование инновационных подходов и методик, создание новых форматов на стыке бизнеса, развлечения и образования.

Таблица 1. Особенности компаний, участвующих в конкурсе «Лидеры корпоративной благотворительности» в 2020-2023 гг.²

	2020	2021	2023
Число компаний-участников	37	44	43
Число представленных отраслей	15	16	14
Доля компаний, ведущих бизнес на территории всей РФ	49%	55%	17%
Число заявок «образовательной» номинации ³	13	14	18
Доля компаний, поддерживающих образование	92%	85%	95%

Обзор подготовлен Ассоциацией грантодающих организаций «Форум Доноров» в рамках реализации проекта 23-1-000429 «Формула сохранения научного и образовательного потенциала страны: диалоги и сотрудничество филантропов и ученых», поддержанного Фондом президентских грантов.

2 Подробнее см. итоговые сборники на [странице проекта](#) «Лидеры корпоративной благотворительности».

3 «Лучшая программа (проект), способствующая развитию образования в Российской Федерации».

Ключевые тезисы

1. Поддержка образования стабильно является **ключевым направлением** корпоративной благотворительности и социальных инвестиций **для большинства крупнейших компаний** России – участников профессионального конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности». В 2023 году о поддержке образования заявили 95% компаний-участников, в 2021 – 85%, в 2020 – 92%.
2. Филантропическая поддержка образования со стороны компаний включает **широкий спектр** форматов и практик:
 - поддержка образовательных институций разного уровня (от дошкольных до научно-исследовательских и поствузовских, как академических, так и внеакадемических, дополнительного образования), спонсорство и экспертная поддержка инициатив профильных министерств и ведомств муниципального, регионального и федерального уровней;
 - участие в развитии образования всех направлений и специальностей: технического, естественно-научного, гуманитарного, экономического и пр.;
 - ориентация на различные целевые группы – от образовательных программ для школьников, студентов и педагогов до реализации программ, включающих дошкольников, родителей, жителей региона;
 - как усилия по повышению доступности качественного образования на той или иной территории или стране в целом, так и фокус на «экстремальных»

группах с особыми образовательными потребностями – талантливых детей и молодежи или, наоборот, наиболее уязвимых группах – сиротах, людях с инвалидностью, детях коренных народов;

- как решение утилитарных кадровых вопросов конкретной компании (профориентация, целевое обучение, стипендии, стажировки, практика в компании и пр.), так и поддержка национальных и региональных инициатив, направленных на достижение национальных приоритетов – развитие образования и науки, развитие человеческого капитала, подготовка высокопрофессиональных кадров для экономики страны, повышение престижа ряда профессий;
 - как реализация инфраструктурных проектов (строительство, модернизация, улучшение материально-технической базы образовательных учреждений), так и обогащение образовательного ландшафта (открытие профильных классов, колледжей, кафедр, направлений, вечерних школ, центров развития инженерных и технических компетенций, запуск новых учебных программ и курсов), методическая поддержка системы образования, в т.ч. за счет внедрения современных практико-ориентированных методик обучения, новых образовательных продуктов, учитывающих образовательные потребности разных целевых групп и потребности бизнеса;
 - как различные меры стимулирования и развития школьников, студентов и педагогов, так и повышение престижа образовательных учреждений, рабочих профессий и конкретных отраслей в целом (профориентационные программы, олимпиады и конкурсы, стажировки, трудовые отряды, стипендиальные программы, доплаты и премии и пр.).
- 3.** Крупнейшие компании поддерживают образование в России **не только финансово (94%)**, но также вкладывают свои **интеллектуальные (82%), технологические (65%)**, имущественные (35%) и иные ресурсы – кадровые, организационные. Ряд компаний привлекает также внешнее финансирование через корпоративные благотворительные фонды и аффилированные НКО (гранты Фонда президентских грантов, региональные субсидии); не только безвозмездно передают свои ресурсы, но и участвуют в реализации концессионных соглашений, инвестициях социального воздействия.

4. Территория реализации образовательных программ зависит от типа и географии бизнеса компании:

- *территории присутствия*: характерно для производственных компаний, чья стратегия социальных инвестиций предполагает устойчивое социально-экономическое развитие территорий ведения бизнеса (включая систему образования), комплексную поддержку жителей этих территорий;
 - *регионы с профильными для бизнеса образовательными учреждениями*: это как партнерство с ссузами и вузами на территориях присутствия компании, так и иных регионов, откуда возможно привлечение высококвалифицированных кадров для бизнеса (например, для географически удаленных территорий, территорий с тяжелыми климатическими условиями);
 - *регионы ведущих вузов страны*: это могут быть как утилитарные HR-мотивы компании (конкуренция за привлечение лучших студентов и выпускников вузов, характерная для IT и финансового сектора), так и заинтересованность в подготовке высокопрофессиональных кадров для всей отрасли (металлургической, химической, нефтегазовой, золотодобывающей, электроэнергетики и пр.) и шире – интересы государства (нацеленность на достижение национальных приоритетов, развитие человеческого капитала, талантливой молодежи страны);
 - *вся Россия*: характерно для компаний, которые ведут бизнес на территории всей страны, а также компаний, нацеленных на поддержку одаренных детей и молодежи или, наоборот, уязвимых целевых групп. В этом случае ставка делается не на конкретную образовательную институцию, а на обучающихся – на повышение доступности качественного образования, возможность получать знания на максимально высоком уровне вне зависимости от места проживания, материального положения и пр.
5. Практически все бизнес-компании поддерживают образование **в партнерстве** с другими участниками образовательного процесса – школами, центрами дополнительного образования, ссузами, вузами, профильными министерствами, органами власти и НКО.

- 6. Степень вовлечения** компании в планирование, реализацию образовательной программы и управление ею может быть различной:
- самостоятельная разработка и реализация *собственных* программ (часто через свои корпоративные благотворительные фонды), их дизайн и целевые показатели четко соответствуют стратегическим целям и документам компании (стратегии устойчивого/социально-экономического развития территорий присутствия, HR, корпоративного волонтерства, политикам благотворительности и социальных инвестиций);
 - роль *равноправного содержательного, методического партнера* образовательного учреждения – например, запуск профориентационных или образовательных курсов и программ на базе профильных школ, ссузов и вузов;
 - преимущественно роль *ресурсного партнера и спонсора* образовательных программ – масштабных инициатив профильных министерств и органов власти (строительство детских технопарков, модернизация школ, поддержка Национальной технологической инициативы, Кружкового движения и пр.), инклюзивных образовательных программ авторитетных НКО. Есть и примеры традиционной многолетней поддержки и шефства над местными детскими садами, школами и колледжами – ремонт и благоустройство, профориентационные и иные мероприятия с участием корпоративных волонтеров.
- 7. Почему бизнес поддерживает именно образование? Можно выделить **три ключевых мотива** (распространена и их комбинация):**
- 1) *Кадры решают всё!* Это и сугубо прагматичная мотивация обеспечить кадровую защищенность своей компании и отрасли, и достижение более глобальных целей – вклад в развитие кадров для страны в целом.
 - 2) *Дети/молодежь – наше будущее!* Отмечается, что образование вносит значимый вклад в развитие социального, человеческого, научного, экономического и оборонного потенциала страны. Речь идет как об элитарном направлении (выявление и развитие талантов), так и о повышении доступности и качества образования самого разного уровня, обеспечении базовых потребностей семей сотрудников, жителей территорий присутствия, страны в целом.

3) *Мы за инклюзивное, справедливое общество!* В этом случае компании стремятся поддержать группы, имеющие особые образовательные потребности, сложности с обучением, трудоустройством и самореализацией (дети и молодежь с сиротским опытом, люди с инвалидностью, малые коренные народы, пожилые, женщины и девочки). Такие группы обычно являются ключевыми целевыми группами стратегий благотворительной деятельности, социальных инвестиций компаний и их корпоративных фондов.

8. Учитывая мотивацию, преимущественно речь идет о поддержке **профессионального образования**, а также профильного дополнительного и школьного по **естественно-научным, техническим и инженерным** направлениям.

Гуманитарное образование обычно поддерживается в соответствии со стратегическими направлениями корпоративной благотворительности и социальных инвестиций. Например, обучение социальному предпринимательству, запуск профильной магистерской программы по музейному делу, обучение специалистов министерств и ведомств, работающих в сфере проблемного детства.

9. Целевые группы и непосредственные участники программ поддержки образования:

- основной фокус – *старшие школьники и студенты профильных ссузов и вузов*. Значимое внимание компании уделяют и инвестициям в *педагогические кадры* школьного, профессионального, высшего и дополнительного образования, их методической поддержке, различным мерам стимулирующего характера, развитию востребованных в современном мире педагогических навыков и навыков управления в системе образования;
- более *широкий круг участников «образовательной экосистемы»* (дошкольники, родители и родственники, научно-исследовательские центры, центры карьеры и пр.) характерен для программ компаний, нацеленных на комплексную трансформацию системы профессионального образования в стране, регионе или конкретной отрасли;
- *уязвимые группы* – люди с особыми образовательными и карьерными потребностями; имеющие меньшие возможности доступа к качественному

образованию (сельская местность и небольшие, удаленные от больших городов населенные пункты; малообеспеченные семьи; дети, вынужденные долго находиться в больницах и иных стационарных учреждениях);

- гораздо реже: граждане *старшего возраста; девочки и женщины*; дополнительное образование для взрослых (обучение социальному проектированию, социальному предпринимательству, курсы для врачей региона, музейных работников, креативных лидеров, НКО).

10. Практически все участники профессионального конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности» рассматривают свою поддержку образования как эффективный способ решения **кадровых задач** компании, отрасли или страны в целом. Среди наиболее острых вопросов компании указывают:

- слабый интерес к профессии, слабая осведомленность и мифы о работе в конкретной отрасли;
- отток потенциальных кадров с территории присутствия – абитуриентов и выпускников ссузов/вузов, молодежи, семей с детьми;
- низкий уровень подготовленности кадров, связанный в первую очередь с разрывом между знаниями и навыками, полученными в системе образования, и востребованными у работодателей, в отрасли (неполное соответствие учебных программ образовательных учреждений постоянно обновляющимся потребностям индустрии; слабая материально-техническая оснащенность; поздний выход обучающихся на прямое взаимодействие с потенциальными работодателями; низкий уровень развития гибких навыков и пр.);
- дефицит и отток кадров, особенно молодых, из-за высокой зарплатной конкуренции, сложностей адаптации, ограниченных карьерных возможностей (особенно на старте карьеры).

11. Реализация образовательных программ, с одной стороны, позволяет привлекать **новые кадры** для своей компании или отрасли, а с другой – содействует адаптации, развитию и удержанию **текущих кадров** (корпоративное волонтерство, расширение карьерных сценариев и возможностей, социальная поддержка сотрудников).

К реализации образовательных программ компании широко привлекают **собственных сотрудников** – к обучению школьников и студентов, наставничеству и кураторству во время обучения, практик и стажировок, к профессиональной экспертизе, консультированию, проведению профориентационных мероприятий. Топ-менеджмент компании, как правило, активно участвует в программах, направленных на выявление и поддержку талантливой молодежи, на стыке образования, бизнеса и инноваций (профильные и профессиональные олимпиады, кейс-чемпионаты, менторские сессии, питчинги и пр.).

Ряд компаний фокусно помогает **семьям своих сотрудников** с обучением детей в профильных вузах и вузах, с материальной поддержкой («собрать детей в школу»); для детей сотрудников проводятся образовательные и профориентационные программы, корпоративные конкурсы (интеллектуальные турниры, олимпиады).

12. От своей филантропической поддержки бизнес-компания ожидают результаты:

- как *непосредственно для системы образования* (повышение доступности и качества образования, улучшение образовательных результатов участников образовательного процесса); так и более *комплексные, связанные с восполнением дефицитов* системы образования, минимизацией сложностей перехода *от образования к трудоустройству* (в частности, неполное соответствие учебных программ постоянно меняющимся потребностям бизнеса), обеспечением экономики страны и отдельных отраслей «правильными» кадрами в нужном количестве (повышение престижа рабочих профессий, работы в конкретной отрасли, профориентация, развитие soft skills и пр.);
- как *утилитарных для компании* в решении ее бизнес-задач (помимо HR, это GR, PR, маркетинг, брендинг, R&D), так и *долгосрочных комплексных позитивных изменений для региона или страны в целом* – развитие человеческого капитала, науки, экономики и пр. // снижение негативных последствий для региона (например, оттока населения и трудовых ресурсов) // формирование позитивного образа будущего страны или региона // построение более справедливого и инклюзивного общества // расширение возможностей для самореализации, раннего выявления и развития талантов.

- 13.** Филантропическая поддержка образования со стороны бизнес-компаний и их корпоративных фондов напрямую связана с достижением показателей **национальных целей, инициатив социально-экономического развития РФ до 2030 года, Стратегии научно-технологического развития РФ**. В первую очередь, это такие национальные цели, как «Возможности для самореализации и развития талантов», «Цифровая трансформация»; цели национальных проектов «Образование», «Наука и университеты», «Малое и среднее предпринимательство», «Демография», «Культура», «Здравоохранение», «Экология»; цели федерального проекта «Профессионалитет», блок инициатив «Технологический рывок».

Компании могут получать **статус «Партнера национальных проектов»**, приняв участие в Национальной премии «Наш вклад», именно благодаря своей филантропической поддержке образования.

Ряд корпораций особо отмечает свое уникальное положение и статус, имеющиеся у них значительные ресурсы, поэтому считают важным взять на себя ответственность за решение долгосрочных задач страны в целом, обеспечить выход страны на лидирующие позиции в мире – по качеству образования, развитию науки и технологий, обеспечению имиджевых побед страны на различных профессиональных и образовательных конкурсах, выход российских университетов на топовые позиции.

- 14.** Большинство компаний, участвующих в конкурсе «Лидеры корпоративной благотворительности», отмечают и свою приверженность **Целям устойчивого развития ООН (ЦУР)**. В частности, в 2023 году об этом заявили более 60% компаний-участников.

Глава 1

Вклад корпораций в поддержку образования в России

1.1. Поддержка образования – что под этим понимают компании

Согласно российскому законодательству, образование – это «единый целенаправленный процесс **воспитания и обучения**, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции определенных объема и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов».

Говоря о поддержке образования, компании чаще фокусируются все же на обучении, тогда как воспитание (например, через патриотизм) выступает сопутствующей, дополнительной к обучению целью.

Бизнес-компании под поддержкой образования подразумевают вложение своих ресурсов (в первую очередь, финансовых, но также интеллектуальных, технологических, кадровых, организационных) в развитие системы образования России во всем ее многообразии, на самых разных уровнях (от дошкольного до послевузовского и профессионального), по самым различным направлениям и специальностям (как естественно-научные и технические, так и гуманитарные, экономические), в самых разнообразных форматах (от строительства и ремонта образовательных учреждений, их технологического и материального оснащения

до укрепления методической и кадровой базы, от профориентационных экскурсий для школьников до проведения кейс-чемпионатов для студентов).

Речь может идти и о разнообразных инвестициях в конкретные образовательные организации (детские сады, школы, учреждения дополнительного образования, ссузы и вузы), и о запуске собственных просветительских, профориентационных, образовательных программ и обучающих курсов для школьников, студентов, педагогов, других целевых групп, и о поддержке профильных органов власти и инфраструктурных инициатив различного уровня, направленных на развитие образования в России (участие в национальных проектах, всероссийские и региональные конкурсы и олимпиады для школьников, студентов и педагогов, стипендиальные программы и пр.).

Поддержка образования для компаний – это и способ привлечения лучших кадров в условиях жесткой конкуренции в ряде отраслей, и способ поддержки особо уязвимых – детей и молодежи с сиротским опытом, людей с инвалидностью, пожилых, детей, которые вынуждены долго находиться в больницах и там получать школьное образование, детей из сел и удаленных населенных пунктов, где образовательная инфраструктура не такая развитая, как в столицах и крупных городах.

Ряд направлений филантропической поддержки образования со стороны бизнес-компаний довольно сложно отделить от поддержки других направлений – в первую очередь, науки, просвещения (в частности, экопросвещения), содействия занятости и трудоустройству, развития предпринимательства. В то же время компании практически не включают в поддержку образования различные образовательные программы для собственных сотрудников, деятельность своих корпоративных университетов – речь идет именно о реализации внешних программ. При этом для большинства компаний филантропическая поддержка образования в России напрямую связана с решением кадровых задач, стоящих перед компанией, – как с привлечением новых кадров, так и с развитием, адаптацией, удержанием, социальной поддержкой текущих кадров (через программы корпоративного волонтерства, участие сотрудников в реализации образовательных программ в качестве наставников, педагогов, консультантов, членов экзаменационных комиссий и пр.).

1.2. Поддержка образования – ключевое направление корпоративной филантропии

Абсолютное большинство крупных коммерческих компаний осуществляет филантропическую поддержку образования в России. О такой поддержке в 2023 году заявили 95% компаний – участников конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности», в 2021 – 85%, в 2020 – 92%.

При этом поддержка образования указана большинством корпораций именно как **основное направление** корпоративной благотворительности и социальных инвестиций (74% компаний в 2023 и 2021 гг.), а не второстепенным. Соответственно, на профильную номинацию конкурса «Лучшая программа (проект), способствующая развитию образования в Российской Федерации» в 2023 году подали заявки 18 компаний (42%), в 2021 – 14 компаний (32%), в 2020 – 13 компаний (35%).

1.3. Географический охват: в каких регионах осуществляется поддержка образования

Территория реализации образовательных программ зависит от типа и географии бизнеса самой корпорации (компании).

1. Территории присутствия и территории перспективных инвестиционных проектов компаний.

Производственные компании, стратегия социальных инвестиций которых предполагает комплексное социально-экономическое развитие территорий своего присутствия, их устойчивое развитие, поддержку малых коренных народов, реализуют свои образовательные программы именно на этих территориях – поддержка местных школ, учреждений дополнительного образования, местных ссузов и вузов.

Нередко компании, работающие в моногородах, в отдаленных населенных пунктах, декларируют стремление обеспечить школьникам и студентам этих

территорий возможности, сопоставимые с теми, которые есть у их сверстников в крупных городах и столицах.

Примеры: программа [«Путь к успеху»](#), реализуемая Благотворительным фондом «Дорога к дому», учрежденным по инициативе А. А. Мордашова, Председателя Совета директоров компании «Северсталь», при поддержке мэрии г. Череповца Вологодской области; образовательные проекты ПАО «ГМК «Норильский никель» как часть благотворительной программы [«Мир новых возможностей»](#) (Забайкальский край, Красноярский край, Мурманская область).

Речь идет как о решении проблемы территориально неравномерного уровня доступности и качества образования, возможностей для самореализации, так и об уменьшении оттока молодежи и населения в целом из регионов присутствия компании, о решении кадровых задач конкретного предприятия.

Например, АО ПФ СКБ Контур (штаб-квартира компании находится в Екатеринбурге) следующим образом формулирует цель поддержки программы бакалавриата по направлению [«Фундаментальная информатика и информационные технологии»](#) (ФИИТ) местного Уральского федерального университета (УрФУ): *«Создать качественный образовательный проект, который будет мотивировать талантливых абитуриентов с высокими проходными баллами оставаться в регионе (Свердловская область), а не переезжать в Москву и Санкт-Петербург и привлекать абитуриентов из близлежащих регионов, сохраняя интеллектуальный потенциал на Урале»*. Программа реализуется с 2019 года совместно с ведущими IT-компаниями региона, что позволяет студентам решать реальные задачи потенциальных работодателей, а компаниям – формировать кадровый резерв. Согласно [рейтингу вузов цифровой экономики](#), составленному на основе анализа направлений подготовки IT-кадров (2023), УрФУ стал лучшим среди вузов за пределами Москвы и Санкт-Петербурга.

2. Регионы, где расположены профильные образовательные учреждения.

Традиционно профильные учреждения профессионального образования расположены в регионах присутствия производственных компаний или открываются там специально под запросы предприятий.

Например, при поддержке ООО «Атлас Майнинг» открыт [Покровский горный колледж](#) – первое на Дальнем Востоке и единственное частное учреждение среднего профессионального образования в Амурской области. Колледж обучает будущих профессионалов не только для предприятия, но и для всей золотодобывающей отрасли страны.

Однако есть случаи, когда профильные образовательные учреждения расположены вне пределов территории присутствия компании.

Например, стратегической задачей развития ООО «Иркутская Нефтяная Компания» является создание химического кластера в Иркутском регионе, включая запуск Иркутского завода полимеров (конец 2024 года) и завода по производству неорганической химии из пластиковых вод. Для привлечения молодых специалистов компания запустила дополнительную профессиональную программу профессиональной переподготовки, поддержки вузов и молодых специалистов по востребованным профессиям. Подходящим для этой задачи вузом-партнером первоначально выступил Саратовский национальный исследовательский университет имени Н.Г. Чернышевского; в дальнейшем программа была расширена и на другие вузы, расположенные вне Иркутской области.

Особенно остро проблема привлечения и удержания высококвалифицированных кадров стоит для географически удаленных территорий, территорий с тяжелыми климатическими условиями. Территории присутствия зачастую предлагают слишком узкую воронку поиска потенциальных кандидатов, и соответственно, такие компании стремятся обеспечить устойчивость производства компании за счет предварительной системной работы с ссузами и вузами других регионов.

Так, «Норникель» сотрудничает с более чем тремя десятками учебных заведений из 20 российских городов, делая ставку на инновационные форматы взаимодействия и быстрый карьерный рост со стартовых позиций. Так, еще в 2015 году «Норникель» первым в отрасли запустил кейс-чемпионат «Покорители Севера», предлагая студентам в процессе обучения решить реальные производственные и инфраструктурные задачи, параллельно с традиционной производственной практикой. В настоящее время [программа](#) реализуется как широкий открытый образовательный курс для будущих

инженеров и специалистов в области бизнеса и управления. А в рамках программы [«Профессиональный старт»](#) студенты проходят в компании целевую подготовку: в 2022 году было подано 911 заявок, 447 студентов прошли практику, из них 390 – иногородние.

3. Регионы, где расположены ведущие вузы страны.

Ряд компаний делает ставку на поддержку лидеров и флагманов, лучших учреждений высшего образования страны. Именно с такими вузами компании стараются заключить соглашения о сотрудничестве. Такой подход согласуется и с достижением целевого показателя одной из национальных целей развития страны (национальный проект «Наука и университеты») – «обеспечение присутствия Российской Федерации в числе десяти ведущих стран мира по объему научных исследований и разработок, в том числе за счет создания эффективной системы высшего образования».

Преимущественно речь идет о поддержке лучших профильных вузов страны, которые готовят высокопрофессиональные кадры для компании или отрасли в целом (обычно это технические вузы, естественно-научные и инженерные специальности); либо делается ставка именно на поддержку талантливой молодежи, которая сконцентрирована в высокорейтинговых вузах.

Примеры: турнир [«Умножая таланты»](#) Газпромнефть (с 2022 года Турнир вошел в перечень официальных мероприятий Министерства просвещения РФ); проект «IT Академия Samsung» для студентов ведущих вузов страны; Зимние школы ВТБ и НИУ ВШЭ (Банк ВТБ).

4. Вся Россия.

Компании, которые ведут свой бизнес на территории всей России, а также компании, нацеленные на поддержку одаренных детей и молодежи (в первую очередь, компании финансового, банковского сектора, IT), чаще всего реализуют образовательные программы всероссийского масштаба, помощь абитуриентам в поступлении и обучении в лучших вузах страны, создание условий, когда каждый заинтересованный в том или ином образовании человек сможет получить

знания на максимально высоком уровне, вне зависимости от места проживания, материального положения и пр.

Примеры: Открытая всероссийская [«Олимпиада для первых»](#) (Мегафон), мобильное приложение [SkillCity](#) (Мегафон), [Тинькофф-образование](#) (Тинькофф Банк), образовательная и профориентационная программа [«Лифт в будущее»](#) (АФК «Система», реализуемая Благотворительным фондом «Система»), стипендиальная программа для талантливых студентов [«Альфа-Шанс»](#) (Альфа-банк), всероссийская программа создания и тиражирования центров лучших образовательных практик и построения национальной системы подготовки и развития талантливых школьников на основе «системы Физтех» по приоритетным направлениям инновационного развития страны [«Наука в регионы»](#) (ГК «Протек»).

Реализацию программ поддержки образования на территории всей России осуществляют и компании, которые делают ставку не на выявление талантов из любого уголка страны, а, наоборот, на наиболее уязвимые группы – обучение детей с ментальными особенностями, образование людей с инвалидностью, образовательные программы для социальных предпринимателей. Например, проекты развития инклюзивного образования Сбербанка.

Локдаун, вызванный пандемией коронавируса 2020 года, повлиял на адаптацию многих образовательных программ корпораций под онлайн-формат, что способствовало расширению географии реализации программ – из региональных они все чаще стали трансформировались во всероссийские и международные за счет открытой публикации создаваемого контента в сети Интернет.

Так, комплексная образовательно-профориентационная программа [«Академия карбона»](#), первоначально реализуемая в моногороде региона присутствия компании СУЭК, *«может быть масштабирована до федерального уровня с включением не только всех регионов, где работает СУЭК, но и других, где живут талантливые дети, проявляющие интерес к техническим специальностям и шахтерскому делу, ... ведь мы готовы предложить им достойные рыночные условия трудоустройства в будущем».*

5. Несколько стран.

Ряд компаний (в частности, иностранные) ранее реализовывали свои образовательные программы на территории нескольких стран, участвовали в поддержке международных образовательных программ. В последние годы поддержка образования осуществляется преимущественно на территории России и дружественных государств.

Например, в образовательном курсе [«Энергия в каждой капле»](#) (Эн+ Холдинг), который знакомит учащихся 5–9 классов с основными принципами работы гидроэлектростанций, участвовали образовательные учреждения из разных городов России и Беларуси. Корпоративный благотворительный фонд Сбербанка «Вклад в будущее» реализует совместные проекты и обмен опытом в сфере образования с коллегами из Беларуси, Кыргызстана.

Ряд образовательных мероприятий, которые поддерживают компании, имеет статус международных, например, международные конференции, международные олимпиады.

1.4. Ресурсы корпораций на поддержку образования

Практически все компании, участвующие в «образовательной» номинации, отмечали, что помимо финансовых затрат (94%) они также дополнительно вкладывают в поддержку образования свои **интеллектуальные ресурсы** (82%), **технологические** (65%), имущественные (35%) и иные – кадровые, организационные.

Случаи, когда крупная корпорация осуществляет поддержку образования вообще без финансовых затрат, единичны. В таких случаях компания может использовать только свои имущественные и интеллектуальные ресурсы: вовлекает своих сотрудников как волонтеров pro bono, предоставляет свою инфраструктуру для проведения образовательных мероприятий.

Сфера образования является ресурсоемкой, достижение значимых результатов и изменений предполагает существенные вложения. Корпорации нередко участвуют в поддержке образования **совместно с партнерами** – федеральными,

региональными и муниципальными органами власти, профильными министерствами и департаментами, другими коммерческими и некоммерческими организациями. Компании могут участвовать в поддержке таких образовательных программ и проектов партнеров или привлекать внешнее финансирование для собственных образовательных программ. Как правило, речь идет о получении грантов Фонда президентских грантов и региональных субсидий для программ, реализуемых через корпоративные благотворительные фонды. Ранее ряд иностранных компаний финансировал свои образовательные программы из средств международных корпоративных фондов, головной корпорации.

1.5. Форматы планирования, реализации и управления корпоративными программами поддержки образования

Основные форматы планирования, реализации и управления программами филантропической поддержки образования:

- **собственные** образовательные проекты и программы компании, в т.ч. глобальной (например, если образование обозначено ключевым направлением КСО международных компаний). Хотя такие программы зачастую реализуются в партнерстве с образовательными учреждениями, тем не менее компании в таком случае делают акцент в большей степени на решение собственных задач (в первую очередь, кадровых), на соответствие своим стратегическим целям и документам, HR-стратегии, стратегии устойчивого развития и пр.

Примеры: образовательные программы ПАО «СУЭК», «Норильский никель»;

- участие в реализации масштабных всероссийских образовательных программ, поддержанных **профильными министерствами и органами власти**.

Например, строительство в Тульской области и Ставропольском крае детских технопарков Кванториум при поддержке АО «МХК «ЕвроХим»; участие Приморского края во всероссийской программе «Учитель

для России» (Благотворительный фонд «Новый учитель») при поддержке ПАО «Дальневосточное морское пароходство» (FESCO);

- партнерство с авторитетными **профильными НКО и иными негосударственными организациями**. Как правило, речь идет об образовательных программах для уязвимых групп (сироты, люди с инвалидностью и пр.) или внеакадемическом образовании.

Например, оператором образовательной программы для НКО и социальных предпринимателей «Начни иначе» Росбанка выступал Impact Hub Moscow; ПАО «ВымпелКом» поддерживает работу [онлайн-платформы](#) для профессионального обучения и последующего трудоустройства специалистов с разными видами инвалидности Everland (партнер – АНО «Пространство равных возможностей»); российское отделение JTI финансировало проект развития преподавания японского языка и исследований о Японии совместно с японским фондом Japan Foundation.

В большей степени поддержка образования через пожертвования на образовательные программы профильных НКО характерна для иностранных компаний, сотрудничающих с местными экспертами. Например, программу онлайн-репетиторства для детей-сирот Благотворительного фонда «Арифметика добра» в разные годы поддерживали Pirelli, АО «Сервье»;

- **ситуативные проекты корпоративной благотворительности** (в т.ч. корпоративное волонтерство), например, закупка компьютеров, ноутбуков и планшетов для учебы в условиях локдауна.

Перечисленные выше форматы управления могут сочетаться в одной программе или трансформироваться со временем по мере развития программы.

Например, образовательная программа [«Мама-предприниматель»](#) была инициирована компанией Амвэй в 2013 году. Впоследствии в разные годы к реализации программы присоединялись различные партнеры из числа органов государственной власти, деловых сообществ, НКО и других бизнес-компаний (например, Комитет по развитию женского предпринимательства ОПОРЫ РОССИИ, АО «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства», Банк «Открытие»), что приводило

к трансформации программы. В 2019 году Минэкономразвития России включило программу «Мама-предприниматель» в перечень программ для предпринимателей, реализуемых в рамках национального проекта РФ «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». В настоящее время (2024) программа имеет статус федеральной и уже не связана с компанией-инициатором.

Многие образовательные проекты и программы **изменяются в процессе реализации**, подстраиваются под новые вызовы, тестируют разные форматы реализации. Яркий пример – поддержка системы образования во время пандемии коронавируса, в т.ч. через создание временных решений, поддерживающих образовательные процессы. Часть создаваемых образовательных решений не выдерживает проверки временем, не востребованы со стороны целевых групп, требуют значительных инвестиций для поддержания к ним интереса. Как правило, речь идет о создаваемых онлайн-платформах, мобильных приложениях и пр.

Например, АО «СУЭК» в период пандемии запустил онлайн-навигатор «Помощник Абитуриента», который выполнил свою задачу и перестал быть актуальным после окончания пандемии.

В большинстве случаев поддержка образования встроена в **стратегию** благотворительной деятельности/социальных инвестиций компании, сонастроена с другими благотворительными программами компании, стратегией корпоративного волонтерства.

Например, популяризация работы в отрасли осуществляется не только через фокусную поддержку школьников и студентов, но и через организацию семейных мероприятий, проведение конкурсов для молодых изобретателей и начинающих рационализаторов, организацию научных батлов, городских митапов и семейных мероприятий, посвященных изобретательству (Норникель), работу корпоративных волонтеров в детских садах и школах. А обучение социальному проектированию направлено на повышение качества заявок на грантовые конкурсы компании; сотрудники компании принимают участие в проводимых профориентационных, обучающих занятиях для дошкольников, школьников и студентов, выступают наставниками (корпоративное волонтерство); цифровые активности участников образовательного проекта конвертируются в средства на лечение тяжелобольных детей (МТС); поддержка проекта

«Учитель для России» содействует не только притоку молодых педагогов в удаленные от больших городов населенные пункты Приморского края, но и появлению новых активностей в школах территории присутствия компании (ПАО «Дальневосточное морское пароходство» (FESCO) – службы медиации, клуба КВН, киноклуба, клуба настольных игр и пр.

Глава 2

Целевые группы филантропической поддержки образования

Основными целевыми группами и непосредственными участниками программ поддержки образования являются **старшие школьники и студенты профильных ссузов и вузов**. Во многом это связано с образовательными программами для талантливых детей и молодежи, с решением кадровых задач корпораций, осуществляющих поддержку образования в России.

Серьезное внимание уделяется необходимости инвестиций в **педагогические кадры** школьного, профессионального, высшего и дополнительного образования, обеспечения им методической поддержки, различных мер стимулирующего характера (финансовая и материальная поддержка, премии, награды победителям различных конкурсов и пр.), развитие востребованных в современном мире навыков.

Практически все корпорации указывают на проблему подготовки профессиональных кадров для тех отраслей, которые они представляют – металлургической, горнодобывающей, химической и нефтехимической, топливной промышленности, электроэнергетики, телекоммуникационной, лесной отрасли, фармацевтики, машиностроения, медиа-индустрии, банковского и финансового сектора и пр. Большинство этих отраслей, соответственно, предполагает поддержку школьников и студентов, а также педагогов, обучающихся по **естественно-научному, математическому профилю, инженерным и техническим специальностям**.

Программы, которые нацелены **на комплексную трансформацию системы профессионального образования** в стране, регионе или конкретной отрасли,

вовлекают не только старших школьников и студентов, но и всех участников «образовательной экосистемы» – детей с самого раннего детского возраста, родителей, образовательные учреждения, научно-исследовательские центры, центры карьеры и дополнительного образования, профильные органы власти. Такие цели ставит каждая десятая компания, принявшая участие в конкурсе «Лидеры корпоративной благотворительности» в 2023 году (5 компаний из 43 – ПАО «ГМК «Норильский никель», АО «СУЭК», АФК «Система», ПАО «ФосАгро», АО «МХК «ЕвроХим»). Как правило, речь идет о решении стратегических задач конкретных предприятий и отраслей – обеспечить бесшовную образовательную траекторию «детсад – школа – ссуз/вуз – компания». Такие корпорации ставят амбициозные цели и считают важным занять активную лидерскую позицию в вопросах определения стратегии развития образования в стране, т.е. речь уже идет не просто о «поддержке образования».

В ряде случаев поддержка образования выступает скорее **способом выхода на целевую группу – детей и молодежь**, удобным каналом коммуникаций через образовательные учреждения. Дети и молодежь в данном случае рассматриваются в большей степени не как потенциальные сотрудники компании, а как клиенты – текущие или потенциальные.

Например, розничная сеть «Магнит» обучала школьников выбирать безопасные и полезные товары в гипермаркетах; ПАО «МТС» запустил цифровую образовательную программу по сохранению редких видов животных совместно с Московским зоопарком; компания Леруа Мерлен проводила образовательные мероприятия для школьников и студентов о лесопользовании и ответственном потреблении продукции из древесины; некоторые компании реализуют проекты в сфере развития молодежи. Такие проекты, как правило, сложно отделить от направлений поддержки просвещения, экологии, охраны здоровья и пр.

Отдельным направлением в сфере поддержки образования являются программы и проекты, нацеленные на **инклюзию, поддержку уязвимых целевых групп**. В первую очередь это дети и молодежь с особыми образовательными и карьерными потребностями. Так, компании стремятся расширить доступность и качество образования для людей с ОВЗ и инвалидностью, имеющих опыт сиротства, для детей коренных малых народов (сложности с получением образования на своем родном языке). Примеры:

- издание линейки учебников для начальной школы по изучению языков коренных народов – шорского («УК [«Сибантрацит»](#));
- открытие [Психолого-педагогического центра](#) МЕДСИ совместно с Ассоциацией родителей и детей с дислексией;
- образовательные проекты для детей-сирот – поддержка программ онлайн-репетиторства («Сервье» совместно с Благотворительным фондом «Арифметика добра», Ростелеком совместно с АНО «Рост»);
- программы, направленные на адаптацию системы образования для детей с ОВЗ или с опытом сиротства (Сбербанк совместно с Благотворительным фондом «Волонтеры в помощь детям-сиротам»), грантовый конкурс «Особый учитель – для особого ребенка» для поддержки педагогов, работающих с детьми с ОВЗ; Ростелеком [помогает](#) Благотворительному фонду «Даунсайд Ап» проводить онлайн-обучение специалистов с психолого-педагогическим образованием и родителей детей с синдромом Дауна; программы профессионального образования для людей с ОВЗ и инвалидностью (Вымпелком, Росбанк); грантовый конкурс [«Вклад в твоё будущее!»](#) для НКО, работающих по теме сиротства (Банк ВТБ и корпоративный благотворительный фонд «ВТБ-страна»).

Сюда же можно отнести группы, имеющие **меньшие возможности доступа к качественному образованию в стране**, – дети и молодые взрослые, проживающие в сельской местности и небольших, удаленных от больших городов населенных пунктах с менее развитой образовательной инфраструктурой, в малообеспеченных семьях; дети, вынужденные долго находиться в больницах и иных стационарных учреждениях.

Примеры: организация онлайн-проб для абитуриентов удаленных от Москвы регионов на вступительных консультациях в ГИТИС (МТС); финансовая поддержка студентов, поступивших в вуз-партнер из других регионов (Совкомбанк); поддержка проекта «УчимЗнаем» (Ростелеком), направленного на организацию обучения по государственной школьной программе и программам дополнительного образования для детей, находящихся на длительном лечении в медицинских стационарах.

В направлении «образование» гораздо **реже** входят программы, где целевыми группами выступают:

- **граждане старшего возраста:** экскурсионная и образовательная программа (JTI); обучение основам компьютерной грамотности (МТС, Ростелеком);
- **девочки и женщины** (вопросы гендерного равенства): программа Women in Mining Russia и одноименная ассоциация (в настоящее время – Women in Modern Industries), созданная Polymetal, Норникель и рядом других компаний, направлена на поддержку профессионального развития женщин и содействие продвижению культуры равных возможностей в добывающей промышленности; программы поддержки женского предпринимательства; проект WiSTEM2D (Джонсон & Джонсон) был направлен на развитие научных, технологических, инженерных, математических, производственных и дизайнерских компетенций учащихся 7–18 лет, включая девочек;
- дополнительное образование для **взрослых**, которое не столько направлено на потребности самой компании (профессиональное отраслевое образование), сколько на позитивные изменения для территории присутствия – например, обучение социальному проектированию (социально-образовательная программа по выявлению, развитию лидеров городских изменений [«Школа городских изменений»](#) РУСАЛа), социальному предпринимательству (образовательная программа Высшей школы менеджмента СПбГУ была осуществлена при поддержке JTI; всероссийская образовательная программа для социальных предпринимателей и НКО «Начни иначе» Росбанка; Школа социальных предпринимателей СУЭК); образовательные курсы для врачей региона, музейных работников (ПАО «Дальневосточное морское пароходство» (FESCO), креативных лидеров (СИБУР), НКО ([Московская школа профессиональной филантропии](#) Благотворительного фонда «Друзья» при поддержке ряда компаний); единый базовый образовательный курс для специалистов министерств и ведомств, работающих в сфере проблемного детства, в т.ч. с детьми-сиротами и с детьми в кризисных семьях.

Глава 3

Основные практики и механизмы филантропической поддержки образования

Практики и механизмы поддержки образования со стороны корпораций и корпоративных благотворительных фондов можно классифицировать по ряду различных оснований – по уровню образования, по направлениям и специальностям, по механизмам поддержки образования, по типам партнерств.

3.1. По уровню образования

Компании преимущественно поддерживают **профессиональное образование** (ссузы и вузы, чаще профильные), а также дополнительное и школьное образование (также чаще профильное).

Реже осуществляется поддержка дошкольного или внеакадемического образования.

Например, проект «Искусственный интеллект: быстрый старт с нуля» (ПАО «Мегафон» совместно с АНО «Русская школа программирования») был ориентирован на удовлетворение высокого спроса на специалистов в области искусственного интеллекта, необходимость их переобучения по актуальным темам. Данная задача решалась за счет низкого порога входа участников – бесплатное обучение (качественный контент обычно платный), доступность контента для участников со средним или нулевым уровнем предметных знаний (не только студенты профильных вузов

и ссузов), необязательная принадлежность к академической институции, наличие учебного статуса (нет необходимости прохождения аттестации в каком-либо вузе), адаптация курса для людей с нарушениями слуха и двигательных функций).

Корпоративное образование (образование собственных сотрудников) компании практически не упоминают. Чаще, наоборот, речь идет о подключении спикеров корпоративных университетов к реализации внешних образовательных программ. Однако во многом это связано с особенностями источников информации данного исследования – компании-участники в большей степени рассказывали о своей внешней корпоративной благотворительности, зачастую не включая сюда корпоративное образование собственных сотрудников. В тех редких заявках, где сообщалось об обучении сотрудников, как правило, речь шла о дополнительной педагогической подготовке сотрудников, которые выступают в роли наставников для студентов и стажеров, а также об образовании сотрудников в сфере корпоративного волонтерства, чтобы повысить эффективность реализуемых программ для благополучателей и не нанести им вреда.

3.2. По направлениям и специальностям

Преимущественно корпорации поддерживают **естественно-научные, технические, инженерные** направления, востребованные для обеспечения кадровых потребностей корпораций-участников и их отраслей.

Гуманитарные направления поддерживаются гораздо реже. Как правило, речь также идет об обеспечении кадровых потребностей компании (медиа-индустрия) или соответствии стратегическим направлениям корпоративной благотворительности и социальных инвестиций.

Например, в рамках поддержки кризисных семей и уязвимых детей компании проводят образовательные курсы для специалистов, работающих в этих сферах, а в рамках поддержки культуры, музеев – запуск профильной магистерской программы «Музейное дело» (совместная программа Государственной Третьяковской галереи и Дальневосточного федерального

университета при финансовой поддержке ПАО «Дальневосточное морское пароходство» (FESCO), обучающих программ для студентов гуманитарных специальностей высших учебных заведений (ПАО «Трубная металлургическая компания» через корпоративный Благотворительный фонд «Синара»).

Довольно часто компании осуществляют поддержку образования в сфере **предпринимательства** (в т.ч. социального, женского), развития креативности, гибких, надпрофессиональных навыков (soft skills), необходимых в современном мире.

Например, образовательная платформа [«Поколение М»](#) (МТС), Интеллектуальный турнир «Умножая таланты» (Газпром нефть), образовательные проекты Северстали, ТМК, Эн+.

Поддержка направлений, напрямую не связанных с потребностями отрасли и стратегией благотворительности компании, упоминается довольно редко.

Например, поддержка образовательных учреждений **Министерства обороны** – кадетских корпусов, суворовских училищ (ПАО «М.Видео»); целевое финансирование программ кадетского воспитания в школах-интернатах (корпорация ВСМПО-АВИСМА).

3.3. По механизмам поддержки образования

Материальная, инфраструктурная: строительство и ремонт образовательных учреждений, центров дополнительного образования, их модернизация (современные мастерские, лаборатории, учебные аудитории, приобретение компьютерного оборудования, Интернет, видеонаблюдение и пр.), предоставление компьютерного и иного оборудования для участников дистанционных обучающих программ.

Финансовая: стипендии, гранты, доплаты, премии для школьников, студентов, педагогов, участников образовательного процесса, оплата обучения в вузе/ссузе, спонсорство при проведении олимпиад/конкурсов/профильных мероприятий для школьников и студентов (карьерные ярмарки, конференции и пр.),

пожертвования в целевые фонды (эндаументы) университетов, оплата проезда и проживания участников программ.

Методическая: запуск новых образовательных программ или доработка текущих с учетом актуальных потребностей бизнеса, отрасли (поддержка профильных классов, профильных кафедр, ссузов и вузов, магистерских программ, курсов дополнительного образования и пр.), выпуск учебной и методической литературы, методическая поддержка, обучение и переподготовка педагогов, привлечение сотрудников компании к формированию учебной программы вуза/ссуза.

Организационная, технологическая (укрепление педагогических кадров, расширение возможностей для практико-ориентированного обучения, внеклассных занятий): привлечение сотрудников компании к проведению учебных занятий, кураторству, репетиторству, наставничеству; организация экскурсий, стажировок, практических занятий на производственных площадках компании, летних/зимних школ; организация летних профильных/трудовых лагерей, профильных фестивалей для школьников, предоставление своей информационной и технологической инфраструктуры.

3.4. По типам партнерств

Филантропическая поддержка образования осуществляется в партнерстве с другими участниками образовательного процесса. Как правило, это школы, ссузы и вузы, профильные министерства и органы власти, а также аффилированные с ними инициативы (Национальная технологическая инициатива, Кружковое движение, Научно-технологический университет «Сириус» и пр.), профильные НКО, работающие с уязвимыми категориями.

Партнерство участников образовательного процесса с бизнес-компаниями содействует:

- улучшению материально-технической и методической базы образовательных учреждений;
- повышению престижа образовательных учреждений, рабочих профессий и конкретных отраслей;

- улучшению образовательных результатов участников программ и образовательных учреждений (в т.ч. достижение целевых показателей национальных целей развития и национальных, федеральных проектов): улучшение показателей по среднему баллу ЕГЭ, по числу абитуриентов, по поступлению в вузы и ссузы, по численности участников и победителей профильных конкурсов и олимпиад, по доле трудоустроенных выпускников и длительности работы, по наставничеству, по качеству и количеству выполнения поручений федерального оператора, по участию в обучении и повышении квалификаций участников проекта на регулярной основе, по качеству и количеству профориентационных мероприятий с предприятием-работодателем, по количеству волонтеров из числа студентов и их активности, по медиа-активности и пр.;
- повышению доступности образования, в т.ч. для талантливых детей и молодежи;
- повышению качества системы образования, в т.ч. за счет внедрения современных практико-ориентированных методик обучения, новых образовательных продуктов, учитывающих образовательные потребности разных целевых групп и потребности бизнеса.

Нередко компании стараются не дублировать усилия партнеров – традиционных участников образовательного процесса, а привносить новое. Например, как отмечает компания «Газпром нефть», в отличие от традиционных олимпиад, турнир «Умножая таланты» ориентирован не столько на проверку знаний в рамках школьной программы по физике, химии, математике и информатике, сколько на развитие у школьников умения применять эти знания для решения профессиональных задач; «Олимпиада для первых» (Мегафон) рассматривается как сочетание новых подходов формирования кросс-функциональных команд по разным направлениям (коммерция, Big Data и инфраструктура); корпоративный Благотворительный фонд «Система» активно использует формат «равного консультирования», когда студенты вузов проходят обучение проектной работе и навыкам наставничества, а затем осуществляют руководство проектными командами школьников, решая кейсы компаний – партнеров фонда.

3.4.1. Форматы партнерств компаний со школами:

- улучшение материально-технической базы, в т.ч. ремонт школ, обеспечение беспроводного широкополосного доступа в Интернет, установка систем видеонаблюдения;
- создание на базе школ (конкурсный отбор) современных центров формирования и развития компетенций в области робототехники, электроники, 3D-моделирования (инженерного дизайна), интернета вещей, видеопроизводства и пр. (Мультилабы Эн+ Холдинга);
- специальные программы и грантовые конкурсы, направленные на поддержку цифровой трансформации образовательных и социальных услуг (в частности, преодоление последствий пандемии COVID-19);
- открытие профильных классов, в т.ч. с привлечением профильных вузов, использованием производственной инфраструктуры компаний, организацией выездных исследовательских экспедиций, проектной работы;
- доплаты и гранты для педагогов, конкурсы для учителей профильных для компании предметов (например, конкурс «Учитель химии 2020»), поддержка всероссийских программ для педагогических кадров (например, «Учитель для России»);
- выпуск методических, учебных материалов (в т.ч. на языках коренных малых народов), просветительского и обучающего контента (готовые онлайн-уроки, тесты, квесты, квизы и пр.), переиздание и распространение по образовательным учреждениям популярных дореволюционных и советских книг;
- подготовка школьников и педагогов к профильным экзаменам и олимпиадам, поощрение участников и победителей;
- Методическая поддержка учителей, например, в проекте [«Менделеевские классы»](#) (ФГУП «ФЭО» и АО «Русатом Гринвэй») учителя общеобразовательных школ проводят занятия при поддержке профессорско-преподавательского состава РХТУ им. Д.И. Менделеева и вузов-партнеров, также оказывается

помощь в подготовке к профильным конкурсам и олимпиадам, поступлению в ведущие профильные вузы;

- привлечение педагогов, инфраструктуры вузов к обучению школьников: например, ПАО «Полюс» организует [«Полюс-классы»](#) для школьников старших классов, которые ориентированы на обучение в вузах по техническим специальностям. Участники, прошедшие конкурсный отбор (олимпиада и интервью), готовятся онлайн к сдаче ЕГЭ (каждый участник получает ноутбук, наушники и специализированное программное обеспечение), а также проходят регулярное трехдневное погружение в профессию золотодобывающей отрасли на базе Сибирского федерального университета (компания оплачивает расходы трансфера и проживания иногородних участников);
- программы профориентации, в т.ч. экскурсии на производства, в музеи предприятий, летние трудовые отряды на базе предприятий;
- распространение брендированной продукции, сувениров и знаков отличия для участников образовательных программ, различные поощрительные подарки;
- образовательные программы для учителей по развитию профессиональных и надпрофессиональных навыков, современных педагогических методик;
- тренинги для руководителей школ по внедрению изменений и оптимизации процессов в образовательной организации ([Норникель](#));
- поддержка инклюзивного образования: обучение специалистов, педагогов, родителей, доплаты и гранты для педагогов, например, конкурс «Особый учитель» поддерживал ВТБ, а Сбербанк поддерживает образовательные проекты по развитию профессиональных компетенций специалистов, работающих с детьми с особенностями развития и детьми-сиротами (например, программы обучения прикладному анализу поведения, использованию данных методов при обучении детей с РАС в общеобразовательных учреждениях);
- поддержка программ, направленных на борьбу с буллингом и травлей в школах, создание психологически безопасной среды для детей, включая

обучение педагогов (например, ПАО ГК «Самолет» поддерживало проект [Травли NET](#) АНО «БО «Журавлик»).

3.4.2. Форматы партнерств компаний с профильными ссузами и вузами:

- открытие профильных колледжей, кафедр, направлений, вечерних школ, магистерских программ, дополнительного профессионального образования и курсов (как на базе самих ссузов и вузов, так и включение в учебные программы в качестве факультатива, возможность аттестации по результатам обучения). Есть и примеры открытия при поддержке компаний непрофильных для них кафедр, магистерских программ (музейное дело, социальное предпринимательство и пр.);
- заключение прямых договоров с целевыми кафедрами на подготовку выпускников по конкретным направлениям в областях, интересующих компанию;
- поддержка программ международной деятельности, программ студенческого и академического обмена (например, финансовая поддержка JTI была направлена на развитие преподавания японского языка, а также научно-исследовательских стажировок преподавателей и научных сотрудников Санкт-Петербургского государственного университета в вузах и научно-исследовательских учреждениях Японии);
- программы поддержки предпринимательской деятельности, стартапов студентов/аспирантов, научно-технологических изобретений (опыт Росбанка совместно с Финансовым университетом);
- пожертвования в целевые фонды (эндаументы) университетов;
- улучшение материально-технической базы, оснащение лабораторий и пр.;
- дополнительное обучение и переобучение педагогов, доплаты и стимулирующие выплаты педагогам;
- участие компании и ее сотрудников в формировании и реализации учебных

программ (преподавание, кураторство дипломных работ, наставничество, организация практики на производстве);

- преференции абитуриентам – участникам программ (дополнительные баллы в партнерских ссузах и вузах);
- стипендии и стимулирующие выплаты студентам и аспирантам профильных ссузов/вузов/факультетов, в т.ч. именные стипендии от заводов, стипендии для иногородних студентов, стипендии для победителей конкурсов (например, за научные разработки), стипендии для студентов-отличников или выбор стипендиатов без учета академических заслуг (на всем протяжении обучения – для бывших школьников – участников образовательных программ компании);
- оплата обучения (например, Совкомбанк компенсировал полную стоимость обучения абитуриентам Костромского государственного университета, набравшим наибольшее количество баллов по результатам ЕГЭ; АФК «Система» – обучение в магистратуре лучшим выпускникам профильной вечерней школы); целевое обучение;
- премии для студентов и аспирантов, научных работников: например, премия [«Математическая прогрессия»](#) за важные для общества исследования и вклад в науку вручается лучшим студентам и аспирантам факультета математики и компьютерных наук СПбГУ (Газпром нефть);
- летние/зимние профильные школы, кейс-чемпионаты, хакатоны и олимпиады для студентов;
- информирование о карьерных возможностях в компании, в т.ч. через самих студентов (например, «амбассадоров бренда» компании Газпром нефть);
- образовательные курсы для студентов, направленные на погружение в бизнес-процессы компании, развитие необходимых навыков и пр. (например, образовательный проект [Alfa students](#) Альфа-банка);
- гранты на инфраструктуру трудоустройства при вузах (конкурс [«Первое рабочее место»](#) на лучшие практики образовательных организаций среднего профессионального и высшего образования в области карьерного консультирования и трудоустройства обучающихся и выпускников,

реализуемые центрами карьеры или иными структурными подразделениями, ответственными за карьерное консультирование и трудоустройство обучающихся и выпускников, АФК «Система»);

- участие сотрудников компании в экзаменационных комиссиях (экспресс-скрининг и предложение карьерных возможностей);
- стажировки для студентов, в т.ч. с последующим гарантированным трудоустройством выпускников;
- прохождение специализированных практико-ориентированных курсов (включение в учебную программу как факультативов), практики в компании, на производственных площадках, командная работа над проектами, написание курсовых и дипломных работ на базе научных разработок и производственных процессов компаний, реальных кейсов потенциальных работодателей;
- рекомендательные письма студентам – участникам программ;
- тренинги востребованных профессиональных навыков, на которые редко делают акцент в образовательных организациях, – гибкие навыки (soft skills), навыки ведения переговоров, продаж, работы в команде и пр.;
- совместные программы с вузами по внедрению в социальной сфере России практик, имеющих доказанный уровень эффективности (в частности, методические материалы, программы обучения специалистов – проекты Сбербанка).

3.4.3. Форматы партнерств компаний с профильными министерствами, органами власти:

- строительство образовательных учреждений, центров дополнительного образования в рамках концессионных соглашений, государственно-частного партнерства (например, опыт [Сбербанка](#), в т.ч. поддержка проектов «ПроШкола»); содействие реализации национальных проектов (технопарки Кванториумы, центры цифрового развития «IT-куб», центры образования

естественно-научной и технологической направленностей «Точка роста», региональные филиалы центра для одаренных детей «Сириус»);

- участие в работе профильных объединений, например, Ассоциации организаторов студенческих олимпиад [«Я – профессионал»](#);
- спонсорство федеральных проектов, всероссийских инициатив, конкурсов и олимпиад (например, Всероссийская олимпиада студентов [«Я – профессионал»](#), программа [«Учитель для каждого»](#)/«Учитель для России», Всероссийский конкурс научно-технологических проектов [«Большие вызовы»](#), [Worldskills Russia](#), [Балтийский научно-инженерный конкурс](#));
- включение образовательных программ компании в перечень официальных мероприятий профильных министерств. Например, турнир «Умножая таланты» Газпром нефти вошел в перечень официальных мероприятий Министерства просвещения РФ, победители и призеры получают дополнительные баллы ЕГЭ для поступления в ведущие технические вузы РФ. А конкурс «Энергия развития» «Русгидро» решением Министерства образования и науки РФ был включен в перечень мероприятий Всероссийского инженерного конкурса;
- запуск программ на базе уже существующих проектов профильных органов власти регионов. Например, «Газпром-Медиа Холдинг» запустил образовательно-практический проект [«PROфнавигатор»](#) на базе проекта Департамента образования и науки города Москвы «Медиакласс в московской школе»;
- преференции абитуриентам – победителям образовательных программ компаний, а именно дополнительные баллы при поступлении в профильные вузы и ссузы страны. Например, победители национальной олимпиады «Кибервызов» (проект «Ростелекома» и Кружкового движения Национальной технологической инициативы) получали 100 баллов на ЕГЭ по информатике или математике;
- участие в стипендиальных программах Правительства РФ – например, [стипендия имени С.П. Королева](#) для студентов, имеющих значительные достижения в области инженерного дела, поддержана АФК «Система» (соглашение о сотрудничестве корпоративного Благотворительного фонда «Система» с Министерством науки и высшего образования России);

- использование созданных продуктов в образовательном процессе в школах (учебники на языке коренных малых народов), в работе всероссийских и региональных детских центров (например, настольных игр в университете «Сириус»);
- получение программой статуса официальной образовательной программы в том или ином регионе. Например, продукты «Академии карбона» (СУЭК) получали статус официальной образовательной программы для детей дошкольного и школьного возраста на уровне Верхнебуреинского района Хабаровского края;
- соглашения о сотрудничестве компании с администрациями регионов, Минобрнауки России и пр. (в т.ч. консультирование на этапе запуска программ, предоставление контактов и формирование списков образовательных учреждений для реализации образовательных программ и проектов);
- реализация проектов социального воздействия в сфере образования: например, исполнителем и инвестором проекта [«Кадры для лесопромышленного комплекса Костромской области»](#) выступил Благотворительный фонд «Система» (впервые в российской практике эти роли взял на себя корпоративный фонд), уполномоченный орган (заказчик) – Администрация Костромской области, оператор – государственная корпорация развития ВЭБ.РФ. Экспертную поддержку и места для трудоустройства предоставляет лесопромышленный холдинг Segezha Group (входит в Группу АФК «Система»).

Глава 4

Мотивы и ожидаемые результаты филантропической поддержки образования

На основе проведенного анализа можно выделить **три ключевых мотива** филантропической поддержки образования со стороны корпораций и корпоративных благотворительных фондов. Следующие нарративы могут присутствовать в образовательных программах компаний как в чистом виде, так и в комбинации:

1. Кадры решают всё.

Данный мотив поддержки образования может быть сугубо прагматичным: обеспечение кадровой защищенности компании или отрасли, либо могут обозначаться более глобальные цели: желание внести вклад в развитие кадров для страны в целом.

Когда во главу угла ставится решение кадровых вопросов, речь может идти и о поддержке образовательных программ полного цикла – от ранней профориентации до подготовки и переподготовки кадров; и о комплексных программах трансформации школьного, профессионального, высшего образования с целью их большей сонастроенности с потребностями бизнеса; и о поддержке только части такой «цепочки», поставляющей нужные кадры, как правило, на ее финальных стадиях (программы для старшеклассников профильных классов, профессионального образования в вузах и ссузах).

2. Дети/молодежь – наше будущее.

Такая мотивация корпораций строится на том, что образование существенно влияет на социальный, человеческий, научный, экономический и оборонный потенциал общества.

С одной стороны, поддержка образовательных программ поощряет выявление и развитие талантов, расширяет возможности для самореализации детей и молодежи. Это дает импульс для развития отдельных отраслей и страны в целом, для научных и технологических прорывов. С другой стороны, поддержка образовательных программ самого разного уровня, включая школьное и дополнительное, обеспечивает базовые потребности семей сотрудников, жителей территорий присутствия, страны в целом, тем самым повышается качество жизни и сохранение населения на территориях присутствия.

Иными словами, при такой мотивации поддержка образования на любых этапах рассматривается как важная составляющая и инвестиция в социально-экономическое развитие регионов присутствия, в будущее страны в целом. На такой мотивации строятся долгосрочные партнерские отношения с органами власти регионального и федерального уровня, происходит планирование филантропической деятельности в соответствии с национальными целями развития России.

Кроме того, дети традиционно являются ключевой целевой группой благотворительной деятельности компаний, социальных инвестиций. Ставка на развитие, на будущее, на детей и молодежь обеспечивает позитивные результаты для бренда компании, PR и пр.

3. Мы за инклюзивное, справедливое общество.

Такая мотивация реализации образовательных программ подразумевает поддержку уязвимых групп, имеющих особые образовательные потребности, испытывающих сложности с обучением, трудоустройством и самореализацией – базовыми потребностями любого человека. Именно такие уязвимые группы с меньшими возможностями в обществе – дети с сиротским опытом, люди с инвалидностью, пожилые граждане, женщины и девочки – зачастую

являются ключевыми целевыми группами стратегий благотворительной деятельности, социальных инвестиций корпораций и их благотворительных программ. Образование выступает одним из способов расширить возможности таких групп, повысить качество их жизни, сделать общество более инклюзивным и справедливым.

Компании, поддерживающие образование с такой мотивацией, как правило, выстраивают партнерские отношения с профильными некоммерческими организациями, имеющими необходимую экспертизу работы с уязвимыми группами.

Каждый из этих мотивов предполагает достижение позитивных изменений не только для непосредственных участников образовательных программ, но также для самой компании (HR, GR, PR, маркетинг, брендинг, R&D и пр.), всей отрасли, для региона или страны в целом.

Речь может идти, с одной стороны, об оперативном решении актуальных задач. Например, IT-компании, испытывая дефицит в тех или иных кадрах, профессиональных компетенциях, оперативно запускают новые образовательные курсы на базе вузов-партнеров. Студенты, успешно окончившие курсы, могут сразу же получить работу по окончании обучения.

С другой стороны, ряд корпораций отмечают свое уникальное положение и статус, имеющиеся у них значительные ресурсы (финансовые, технологические, интеллектуальные и пр.), поэтому считают важным взять на себя ответственность за решение долгосрочных задач страны в целом, обеспечить выход страны на лидирующие позиции в мире – по качеству образования, развития науки и технологий, занятие топовых позиций российских университетов, обеспечение имиджевых побед страны на различных профессиональных и образовательных конкурсах.

Например, компания «Норильский никель» следующим образом [объясняет](#) свою поддержку образования: *«У «Норникеля» есть потребность и ресурсы для того, чтобы сегодня и завтра создавать потенциал для будущего отрасли, опираясь на почти вековой опыт традиций добычи руды и производства металлов. «Норникель» много лет системно решает задачу повышения привлекательности инженерных профессий в дополнение*

к развитию инфраструктуры и улучшению имиджа городов Крайнего Севера как достойного места для жизни и работы».

Аналогичным образом Ростелеком подчеркивает важность обеспечения кибербезопасности страны и готов делиться своими ресурсами, уникальной экспертизой в этой сфере: запуск профильной олимпиады для школьников по кибербезопасности (совместно с Кружковым движением Национальной технологической инициативы); всероссийское соревнование и специализированная смена в ОЦ «Сириус» по кибербезопасности (совместно с НТУ «Сириус», Банком России и НИЯУ МИФИ); возможность трудоустройства в современные центры кибербезопасности Ростелекома.

Компания «Эн+ Холдинг» с гордостью сообщает, что команды-победители поддерживаемого ею фестиваля робототехники [«РобоСиб»](#) не раз с достоинством представляли страну на международных соревнованиях по робототехнике.

Компания «Билайн» и ее партнер Everland, реализующие образовательную программу для профессионалов с инвалидностью, в 2019 году [презентовали](#) свой проект в штаб-квартире ООН в Женеве в рамках сессии «Think equal, build smart, innovate for change – Russian Experience».

Два кейса Благотворительного фонда «Вклад в будущее» (Сбербанк) [опубликованы](#) на глобальной онлайн-платформе для обмена передовым опытом, экспертизой, ресурсами и обсуждения вопросов образования, запущенной в рамках [Саммита по трансформации образования](#) (ООН) в 2022 году.

Наиболее часто упоминаемые результаты, которые бизнес-корпорации ожидают от своей филантропической поддержки образования:

- повышение доступности качественного образования;
- формирование бесшовной образовательной траектории, восполнение дефицитов образования, сложностей перехода от образования к трудоустройству (неполная погруженность школ и ссузов/вузов в постоянно обновляющиеся потребности бизнеса, невозможность в быстром темпе перестраивать учебные программы, рассчитанные на 2–5 лет);

- обеспечение экономики страны/отдельных отраслей/компаний «правильными» кадрами в нужном количестве: подготовка и переподготовка трудовых кадров, развитие soft skills, повышение престижа рабочих профессий, работы в конкретной отрасли;
- долгосрочные позитивные изменения для региона или страны в целом – развитие человеческого капитала, науки, экономики и пр. // снижение негативных последствий для региона (например, снижение оттока населения и трудовых ресурсов) // формирование позитивного образа будущего страны или региона;
- расширение возможностей для самореализации талантливой молодежи вне зависимости от места жительства и социального статуса (образование как социальный лифт);
- построение инклюзивного, справедливого общества (поддержка уязвимых групп);
- утилитарные, непосредственные результаты для компании в решении ее бизнес-задач, в первую очередь HR-задач (снижение расходов на поиск, адаптацию и удержание кадров, развитие корпоративного волонтерства), рост информированности и лояльности бренду (в т.ч. лидерство в ключевых рейтингах работодателей отрасли среди студентов и профессионалов, различные профессиональные награды за участие в корпоративной благотворительности, рейтинги лучших социальных проектов и пр.), GR-задачи, развитие и внедрение инноваций/R&D (решение кейсов компании или отрасли в рамках профильных олимпиад, турниров, кейс-чемпионатов и пр., генерация идей и пр.).

Таблица 2. Ожидаемые результаты для целевых групп образовательных программ

Целевая группа	Ожидаемые результаты (примеры)
Дети дошкольного возраста	Получают позитивные эмоции и знания о компании, отрасли, профессии (через раскраски, настольные игры, мультки, экскурсии)
Родители, родственники детей и молодых людей	Снижение тревожности за выбор профессии ребенком, уверенность в его достойном будущем, гордость за успехи детей/продолжение династии; повышение включенности в процесс самоопределения ребенка; расширение представлений о работе в различных отраслях и профессиях

Целевая группа	Ожидаемые результаты (примеры)
Дети и подростки школьного возраста	<p>Повышение доступности и качества школьного, дополнительного образования, досуга</p> <p>Улучшение успеваемости, увеличение баллов при сдаче экзаменов и олимпиад</p> <p>Выявление, развитие и поощрение талантов, развитие креативности, различных навыков и компетенций (например, проектных, исследовательских)</p> <p>Повышение информированности и осознанности при выборе профессии (профориентация, профнавигация)</p>
Абитуриенты ссузов и вузов	<p>Больше заинтересованности выбирать профильные вузы/ссузы, больше абитуриентов</p>
Студенты ссузов и вузов, молодые специалисты	<p>Обеспечение притока кадров: больше заинтересованности учиться и оканчивать профильные вузы/ссузы, в дальнейшем работать по профессии, раннее включение в потребности бизнеса, снижение расходов на поиск и адаптацию кадров</p> <p>Выявление талантливой молодежи</p> <p>Улучшение возможностей на старте карьеры, в т.ч. удержание кадров</p>
Люди с ОВЗ, инвалидностью	<p>Больше возможностей для трудоустройства, получения дохода и самореализации</p>
Коренные малые народы	<p>Возможность обучаться на родном языке, сохранение языка и культуры малых народов</p>
Женщины и девочки	<p>Больше девочек выбирают технические и естественно-научные специальности/вузы</p> <p>Улучшение карьерных возможностей женщин</p> <p>Развитие женского предпринимательства</p>
Граждане старшего возраста	<p>Улучшение академических результатов, профессиональных и трудовых навыков расширяет возможности для адаптации и социализации</p> <p>Повышение цифровой грамотности расширяет возможности для самореализации, повышает качество жизни, вносит вклад в активное долголетие</p>
Взрослые (непрофильное образование для бизнеса), в т.ч. специалисты НКО, музеев и иных учреждений культуры, медицинских и социальных учреждений	<p>Более качественные заявки на грантовые конкурсы компании // больше средств и проектов на территории присутствия компании или в стране в целом (как итог – больше качественных результатов поддержанных проектов)</p> <p>Повышение уровня профессионализма специалистов, качества социальных, образовательных, медицинских услуг, в т.ч. для уязвимых групп</p>

Целевая группа	Ожидаемые результаты (примеры)
Сотрудники компании	Развитие soft skills, самореализация Повышение удовлетворенности своим работодателем, местом проживания

В большинстве случаев речь идет о достижении **масштабных количественных результатов** – компании отчитываются большим числом благополучателей образовательных программ: численность участников (детей, студентов, школьников, педагогов, школ, вузов, пользователей платформы, просмотров контента, изданных учебников и пр.), значимым медиа-эффектом (число публикаций, их аудитория и пр.). Гораздо реже речь идет о поддержке, например, единственной близлежащей школы.

Важным мотивом своей филантропической поддержки образования компании указывают вклад в достижение национальных стратегических целей и задач России (подробнее в следующем разделе).

Глава 5

Связь с национальными целями и стратегическими задачами развития России, целями устойчивого развития ООН

5.1. Связь с национальными целями развития России

Филантропическая поддержка образования со стороны бизнес-компаний напрямую **связана с национальными целями и стратегическими задачами развития России**, рассчитанными изначально на период 2019–2024 гг., а затем – до 2030 года⁴:

- а) сохранение населения, здоровье и благополучие людей;
- б) возможности для самореализации и развития талантов;
- в) комфортная и безопасная среда для жизни;
- г) достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство;
- д) цифровая трансформация.

Чаще всего корпорации, поддерживающие образование, отмечают соответствие таких программ и проектов национальной цели **«Возможности для самореализации и развития талантов»** и достижению ее целевых показателей:

- вхождение Российской Федерации в число десяти ведущих стран мира по качеству общего образования;

⁴ Указы Президента РФ от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года».

- обеспечение присутствия Российской Федерации в числе десяти ведущих стран мира по объему научных исследований и разработок, в том числе за счет создания эффективной системы высшего образования;
- формирование эффективной системы выявления, поддержки и развития способностей и талантов у детей и молодежи, основанной на принципах справедливости, всеобщности и направленной на самоопределение и профессиональную ориентацию всех обучающихся.

Компании, поддерживающие образовательные программы в сфере IT, отмечают их связь с национальной целью **«Цифровая трансформация»** и соответствующим целевым показателем «достижение «цифровой зрелости» ключевых отраслей экономики и социальной сферы, в том числе здравоохранения и образования, а также государственного управления. В целях реализации соответствующей национальной цели реализуется национальная программа [«Цифровая экономика Российской Федерации»](#) (ответственный – Минцифры России). Филантропическая поддержка образования связана с достижением целей соответствующих федеральных проектов «Кадры для цифровой экономики» (АО «СМЗ»), «Информационная безопасность» (Ростелеком), «Искусственный интеллект» (Мегафон), «Развитие кадрового потенциала ИТ-отрасли».

Нередко компании сообщают также об ориентации своих программ на достижение других национальных целей развития России: **«Сохранение населения, здоровье и благополучие людей»**, **«Достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство»**. Однако в этом случае не упоминается связь с соответствующими целевыми показателями национальных целей.

Ориентация компании и связь ее филантропической поддержки образования четко и прямо заявляются со стороны компаний со значимым государственным участием (например, «Газпром нефть», Банк ВТБ): *«Ключевая задача государства и крупного бизнеса в сфере образования, озвученная на уровне первого лица страны В.В. Путина, – обеспечить возможности для самореализации и развития талантов»*. Заявления о соответствии программ поддержки образования национальным целям развития России обычно четко обозначают и иностранные компании, ведущие свой бизнес на территории России.

Крупные компании, от которых зависит социально-экономическое развитие территорий, где они ведут бизнес, подчеркивают важность *«конструктивного*

взаимодействия с государством и обществом, повышения социальной стабильности в регионах присутствия», помощи государству и ответственным министерствам в «реализации нацпроектов в области образования в условиях жестких экономических санкций». Такое сотрудничество выражается в том числе в учете и сонастройке с приоритетами государства, национальными целями развития России.

Даже те компании, которые не упоминают о связи с национальными целями развития РФ, не только не противоречат, но и самым непосредственным образом вносят вклад в достижение этих целей.

Образовательные программы бизнес-компаний в первую очередь ориентируются на **национальный проект «Образование»** и соответствуют ему, в т.ч. всем входящим в него федеральным проектам⁵.

Таблица 3. Связь программ корпораций с федеральными проектами национального проекта «Образование»

Федеральный проект	Направления поддержки	Примеры
Современная школа	развитие инфраструктуры, внедрение передовых методик обучения	Сбербанк, Норникель, Протек, Банк ВТБ
Цифровая образовательная среда	оснащение школ Интернетом, цифровым оборудованием и технологиями, обеспечение доступности качественного образования	Ростелеком, АФК «Система»
Успех каждого ребенка	центры дополнительного образования для выявления и поддержки талантов, в т.ч. обеспечение организационных, кадровых и методических ресурсов для организации работы с одаренными детьми	Северсталь, ЕвроХим (Кванториумы), Пигмент (центр цифрового развития детей); Эн+ (мультилабы)
Молодые профессионалы	повышение престижа рабочих профессий, конкурентоспособности профессионального образования	Сахалинская Энергия
Социальная активность	поддержка волонтерства	Норникель, Газпром нефть, РУСАЛ

⁵ В меньшей степени филантропическая поддержка образования соответствует целям федерального проекта «Патриотическое воспитание», входящего в национальный проект «Образование». Компании также уделяют внимание патриотическому воспитанию детей и молодежи, однако рассматривают в большей степени как отдельное направление своей благотворительной деятельности, а не как часть поддержки образования.

Федеральный проект	Направления поддержки	Примеры
Социальные лифты для каждого ⁶	расширение возможностей воплотить в жизнь бизнес-идеи или общественные инициативы	грантовые конкурсы на территориях присутствия (РУСАЛ, Газпром нефть)

Поддержка образования со стороны бизнес-компаний напрямую связана также с реализацией других [национальных проектов](#), направленных на достижение национальных целей развития России до 2030 года, а именно:

- НП **«Наука и университеты»** (в частности, развитие инфраструктуры для научных исследований и подготовки кадров)⁷;
- НП **«Малое и среднее предпринимательство»** (в т.ч. обучение социальному предпринимательству, обучение женщин-предпринимателей);
- НП **«Демография»** (содействие занятости);
- НП **«Культура»** (подготовка кадров, в т.ч. профильные образовательные программы, например, по музейному делу, сохранение культуры малых народов);
- НП **«Здравоохранение»** (обучение и переобучение кадров);
- НП **«Экология»** (экологическое образование, формирование безопасного экологического поведения).

АНО «Национальные приоритеты»⁸ (коммуникационное и информационное сопровождение национальных проектов и федеральных проектов, входящих в состав национальных проектов) и профессиональная бизнес-ассоциация **Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП)** отмечают успехи

⁶ Данное направление также преимущественно компании рассматривают в отрыве от поддержки образования.

⁷ Есть упоминания об ориентации программы поддержки образования на достижение целей национального проекта «Наука» (реализация до 2024 года) и достижения соответствующего целевого показателя «обеспечить присутствие Российской Федерации в числе пяти ведущих стран мира, осуществляющих научные исследования и разработки в приоритетных областях научно-технологического развития; создать привлекательные условия для работы в РФ российским и зарубежным ведущим ученым, а также молодым перспективным исследователям; увеличить внутренние затраты на научные исследования и разработки за счет всех источников».

⁸ [Автономная некоммерческая организация «Национальные приоритеты»](#) учреждена распоряжениями Правительства РФ от 30.11.2019 № 2880-р, от 03.12.2019 № 2913-р. Цель деятельности организации – повышение осведомленности граждан о возможностях и результатах национальных проектов (программ), расширение участия граждан в их реализации.

компаний, реализующих национальные проекты и содействующих достижению национальных целей. Компании получают **статус «Партнера национальных проектов»**, принимая участие в национальной премии [«Наш вклад»](#), в том числе благодаря своей поддержке образования в России – АО «МХК «ЕвроХим», АФК «Система», АО «СУЭК», МКПАО «ОК РУСАЛ», «Сахалинская Энергия», АО «Альфа-банк», ПАО «Газпром нефть», ПАО «Мегафон» и другие.

5.2. Связь образовательных программ с иными стратегическими инициативами страны и регионов

Филантропическая поддержка образования со стороны компаний и их корпоративных фондов содействует достижению также национальных целей, указанных в **Стратегии научно-технологического развития РФ, в Перечне инициатив социально-экономического развития РФ до 2030 года**. В частности:

- федеральный проект «Профессионалитет» (ответственный – Минпросвещения России) подразумевает «комплексную перезагрузку системы среднего профобразования», интеграцию колледжей и организаций реального сектора экономики (поддержка АО МХК «ЕвроХим», ТМК);
- блок инициатив «Цифровая трансформация»: «Подготовка кадров для ИТ» (ответственный – Минцифры России);
- блок инициатив «Технологический рывок»: «Передовые инженерные школы» (ответственный – Минобрнауки России).

Компании активно поддерживают проведение национальных мероприятий – всероссийских конкурсов и олимпиад (например, Всероссийская олимпиада студентов [«Я – профессионал»](#), программа [«Учитель для каждого»](#)/«Учитель для России», Всероссийский конкурс научно-технологических проектов [«Большие вызовы»](#), [Worldskills Russia](#)), оказывая финансовую и материальную поддержку (спонсорство), а также организационную и интеллектуальную (экспертиза, разработка кейсов и пр.).

Также компании активно поддерживают мероприятия, проводимые в рамках различных тематических направлений, которые Президент РФ объявляет в своих

указах, чтобы привлечь к теме общественное внимание: [Год науки и технологий](#) (2021), [Год педагога и наставника](#) (2023); [Десятилетие детства](#) (2018–2027); [Десятилетие науки и технологий](#) (2022–2031).

При реализации своей филантропической деятельности бизнес-компании ориентируются не только на национальные цели, но и на **стратегические цели регионов**. Например, целью образовательного проекта Мурманского филиала ПАО «Ростелеком» «Молодежи на севере жить!» обозначены национальные цели развития России до 2030 года. При этом при описании процесса разработки дизайна проекта указано, что проект интегрирован в концепцию региона «На севере жить!», утвержденную Губернатором Мурманской области.

5.3. Связь образовательных программ с Целями устойчивого развития ООН

Большинство компаний, участвующих в конкурсе «Лидеры корпоративной благотворительности», отмечают свою приверженность **Целям устойчивого развития ООН** (ЦУР). В частности, в 2023 году об этом заявили более 60% компаний-участников.

Компании, оказывающие филантропическую поддержку образования, как правило, указывают на вклад в достижение **Цели 4 (Качественное образование – Обеспечение всеохватного и справедливого качественного образования и поощрение возможности обучения на протяжении всей жизни для всех)**, достижение целевых показателей 4.4 (существенно увеличить число молодых и взрослых людей, обладающих востребованными навыками, в том числе профессионально-техническими, для трудоустройства, получения достойной работы и занятий предпринимательской деятельностью) и 4.7 (обеспечить, чтобы все учащиеся приобретали знания и навыки, необходимые для содействия устойчивому развитию, в том числе посредством обучения по вопросам устойчивого развития и устойчивого образа жизни, прав человека, гендерного равенства, пропаганды культуры мира и ненасилия, гражданства мира, осознания ценности культурного разнообразия и вклада культуры в устойчивое развитие).

Программа «Лифт в будущее», реализуемая Благотворительным фондом «Система», в 2021 году была признана ООН одной из лучших практик

по достижению глобальных целей устойчивого развития («Качественное образование»).

В редких случаях корпорации, поддерживающие образование, упоминают также связь своих программ с **Целью 3 (Хорошее здоровье и благополучие), Целью 9 (Индустриализация, инновации и инфраструктура) и Целью 11 (Устойчивые города и населенные пункты)**.

Ряд кейсов компаний, связанных в той или иной степени с поддержкой образования, включены в [Добровольный национальный обзор](#) России о достижении целей устойчивого развития (2020). Это «Школа социального предпринимательства» (СУЭК), программа «Статус: Онлайн», направленная на обучение старшего поколения в сфере компьютерной грамотности. Данные кейсы представлены в обзоре как примеры достижения Цели устойчивого развития 10 – «Сокращение неравенства внутри стран и между ними».

Глава 6

Поддержка образования как способ решения HR-задач в условиях жесткой конкуренции за кадры

Практически все компании из числа участников конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности», которые осуществляют поддержку образования, обозначают, что таким образом они также стремятся решить острую проблему дефицита кадров, в первую очередь подготовить кадры для своей компании и отрасли или шире – территории присутствия или страны в целом.

Компании из банковского и финансового секторов, как правило, делают упор на выявлении и развитии **талантов**, стремлении привлечь в свои компании лучших, амбициозных, мотивированных, умных и свободных (см., например, Альфа-банк).

Компании производственных отраслей чаще говорят о **кадровом голоде**, возрастающих сложностях с обеспечением кадровой защищенности, с привлечением и удержанием сотрудников, особенно молодежи, о низком интересе к рабочим профессиям и карьере в отдельных отраслях.

Значимая часть компаний отмечает сильнейшую конкуренцию за кадры со **столичными регионами**, реже – с областными центрами (отток молодежи в ссузы и вузы крупных городов). Компании телекоммуникационной отрасли, IT считают актуальной и конкуренцию за таланты с зарубежным рынком труда.

Филантропическая поддержка образования позволяет компаниям комплексно решать свои **HR-задачи**: поиск и адаптацию будущих сотрудников (включая сокращение расходов на эти процессы); развитие профессиональных и надпрофессиональных (гибких) навыков; обучение и переобучение персонала;

погружение в корпоративную культуру; удержание и мотивация сотрудников, в т.ч. на старте карьеры; повышение удовлетворенности и мотивированности, в т.ч. через корпоративное волонтерство; формирование позитивного образа компании-работодателя у потенциальных соискателей, в частности – медийные показатели, позиции компании в различных рейтингах работодателей, рейтинги привлекательных компаний для работы молодых специалистов, среди студентов профильных вузов.

Зачастую поддержка образования со стороны компаний предполагает развитие и широкое вовлечение **собственных сотрудников** в реализацию образовательных программ, в первую очередь в формате корпоративного волонтерства (в т.ч. интеллектуального) – профессиональная экспертиза, консультирование, обучение школьников и студентов, наставничество, кураторство во время обучения, практик и стажировок, корпоративные чемпионаты профессионального мастерства для школьников и студентов и пр.

Так, сотрудники ПАО «ФосАгро» выступали наставниками в профильных колледжах-партнерах. Каждый наставник, помимо обладания знаниями в предметной области, проходил обучение по педагогическому минимуму, участвовал в тренингах с педагогами колледжа, экскурсиях на другие производства, в музеи компании, тимбилдингах, выступал спикером на круглых столах и т.д. Наставники проводили как лекции, так и конкурсы профессионального мастерства («Слесарь года» на территории колледжа с вовлечением педагогического и студенческого актива); участвовали на регулярной основе во всех днях открытых дверей, ярмарках вакансий. Помимо профориентационной деятельности, наставники активно присутствовали в образовательной деятельности: совместно с преподавателями специальных дисциплин прорабатывали наиболее важные темы с учетом специфики предприятия, являлись членами комиссии на демонстрационных и квалификационных экзаменах, государственной итоговой аттестации, участвовали в разработке основных профессиональных образовательных программ. Наставники популяризируют корпоративные ценности компании, знакомят студентов с работой компании, рассказывают о карьерных возможностях молодых специалистов на предприятиях компании. В итоге студенты эффективно адаптируются к производственным процессам еще в колледже; в течение первых двух лет вновь принятые работники получают поддержку своих наставников.

В программах, направленных на выявление и поддержку талантливой молодежи, на стыке образования, бизнеса и инноваций (профильные и профессиональные олимпиады, кейс-чемпионаты, менторские сессии, питчинги и пр.) активно участвует топ-менеджмент компании.

Например, в рамках профориентационного проекта «Открытые уроки о технологиях и профессиях будущего» представители компаний АФК «Система» (более 60 человек) выступили в качестве экспертов в рамках 35-минутных видеороликов о современных профессиях и технологиях на примере собственных компаний.

Компания BIOCAD учредила ежегодную [стипендию имени Ольги Владимировны Гончаровой](#), которая стояла у истоков создания R&D-направления компании. Помимо финансовой поддержки студентов, получающих образование в области биологии, биотехнологии и биоинженерии, корпоративные волонтеры компании совместно с профильным Фондом борьбы с лейкемией проводят вебинары и лекции, публикуют статьи с советами по трудоустройству, гайды HR-специалистов и психологов о том, как выстраивать диалог и формировать инклюзивную рабочую среду для людей, у которых диагностировано онкологическое заболевание.

Ряд компаний помогает **своим сотрудникам** с обучением детей в профильных ссузах и вузах, оказывает материальную поддержку («собрать детей в школу»), создает собственные образовательные и профориентационные программы, проводит корпоративные конкурсы (интеллектуальные турниры, олимпиады) именно для детей сотрудников.

Например, онлайн-платформа [Цифроникель. Junior](#), проведение научных батлов, городских митапов и семейных мероприятий, посвященных изобретательству (Норникель).

Таблица 4. Связь поддержки образования с решением HR-задач компаний

HR-задача, потребность	Поддержка образования
<p>Слабый интерес к профессии, слабая осведомленность/мифы о работе в конкретной отрасли и компании, слабая мотивация работать в конкретной отрасли, получать профильное для отрасли образование</p>	<p>Программы профориентации, в т.ч. максимально ранней с детского сада, справочно-игровые сервисы о профессиях, экскурсии, просветительский контент</p> <p>Форматы партнерства со школами и профильными ссузами/вузами (например, профильные олимпиады)</p> <p>Летние трудовые лагеря, профессиональные онлайн-лагеря, выездные профориентационные смены в детских лагерях, трудоустройство школьников на летний период</p> <p>Программы повышения квалификации учителей по теме психолого-педагогического сопровождения профессионального самоопределения школьников на приоритетные направления подготовки (инженерные, технические)</p>
<p>Неполное соответствие школ постоянно обновляющимся потребностям индустрии (в частности, упор преимущественно на сдачу ЕГЭ)</p>	<p>Центры дополнительного образования, организация кружков, программы развития цифровой грамотности, инженерного и исследовательского потенциала (например, мультилабы, робототехнические фестивали)</p> <p>Просветительские онлайн-платформы с геймификацией</p> <p>Профильные олимпиады</p> <p>Профессиональные пробы</p> <p>Форматы партнерства со школами (профильные классы, оснащение школ, поддержка педагогов и пр.)</p> <p>Чемпионаты профессионального мастерства</p> <p>Проектные школы, проекты по формированию исследовательских компетенций (например, проект «Инженер 21 века» Северстали)</p>
<p>Низкий приток в профильные образовательные учреждения</p>	<p>Форматы партнерства со школами (профильные классы, репетиторство и подготовка к ЕГЭ, олимпиадам по профильным предметам, повышение квалификации педагогов, организация физико-математических школ, оснащение школьных лабораторий и пр.)</p> <p>Партнерство с профильными ссузами и вузами (преференции при поступлении, корпоративные стипендии, оплачиваемые стажировки, гарантированное трудоустройство после окончания ссуза/вуза и пр.)</p>

HR-задача, потребность	Поддержка образования
	Участие компании в родительских собраниях для родителей абитуриентов ссузов/вузов
Конкуренция за абитуриентов и выпускников ссузов/вузов, проживающих на территории присутствия	<p>Стипендии, стажировки, открытие местных ссузов, сотрудничество со столичными вузами (2 диплома без выезда за пределы региона), инвестиции в «продвинутые» местные вузы, обучающие курсы и преференции для детей сотрудников компании</p> <p>Развитие образовательной инфраструктуры региона</p>
Конкуренция за выпускников ссузов и вузов	<p>Корпоративные стипендии, поощрительные премии</p> <p>Профессиональные конкурсы, включающие победителей в кадровый резерв компании, рекомендательные письма, карьерные консультации от руководителей компании</p> <p>Оплачиваемые стажировки с последующим гарантированным трудоустройством (в т.ч. после прохождения воинской службы)</p> <p>Релокация и стартовая финансовая поддержка</p> <p>Поддержка центров карьерного консультирования в вузах</p> <p>Присутствие компании в учебном процессе (практика, наставничество, спецкурсы и пр.)</p>
Низкий уровень подготовленности; разрыв между знаниями и навыками, полученными в системе образования, и востребованными у работодателей, в отрасли (различные дефициты образовательной системы); поздний выход студентов на прямое взаимодействие с потенциальными работодателями, низкий уровень осознанности при выборе профильных предметов	<p>Дистанционные/смешанные форматы обучения (особенно для уязвимых групп)</p> <p>Кейс-чемпионаты, хакатоны, летние/зимние школы</p> <p>Использование современных креативных форматов обучения, которые не часто используются в образовательных учреждениях, на стыке бизнес-инноваций и образования – эдьютейнмент (edutainment), геймификация, взаимное обучение (peer-to-peer), обучение на практике (learning by doing) и пр.</p> <p>Дополнительное профессиональное образование</p> <p>Организация дополнительных курсов для студентов, в т.ч. работа в командах над реальными проектами работодателей</p> <p>Непосредственное участие компании в образовательном процессе, включая формирование учебных программ, привлечение сотрудников в качестве педагогов, наставников, членов экзаменационной комиссии и пр.</p>

HR-задача, потребность	Поддержка образования
	<p>Стажировки, практика в компаниях под руководством отраслевых наставников</p> <p>Поддержка центров карьеры в вузах</p> <p>Организация бесплатных специализированных курсов для студентов по погружению в конкретную отрасль, специфику работы в компании и пр.</p> <p>Студенческие строительные отряды</p>
<p>Низкий уровень развития социальных и бизнес-компетенций (soft skills)</p>	<p>Программы развития soft skills (например, после участия в программе можно приложить результаты пройденного теста к резюме при трудоустройстве в компании – партнеры корпоративного Благотворительного фонда «Система»)</p>
<p>Недоступность образовательных программ по актуальным тематикам (высокая стоимость, на иностранном языке, наличие учебного статуса – например, студент профильного столичного вуза)</p>	<p>Запуск открытых, бесплатных русскоязычных курсов по востребованным темам на образовательных онлайн-платформах (в т.ч. для не-студентов), партнерство с профильными вузами</p>
<p>Ограниченные карьерные возможности (особенно на старте карьеры)</p>	<p>Программы ускоренного продвижения по карьерной лестнице (программы Норникеля)</p> <p>Программы для молодых изобретателей и начинающих рационализаторов</p>
<p>Формирование профессиональных комьюнити, профессионального нетворкинга</p>	<p>Олимпиада для первых (ПАО «Мегафон»), летние/зимние школы (Банк ВТБ), сообщества стипендиатов (Альфа-Банк)</p>
<p>Вовлеченность, удовлетворенность и лояльность сотрудников, формирование корпоративной культуры</p>	<p>Вовлечение сотрудников в реализацию образовательных программ (корпоративное волонтерство, наставничество, реализация благотворительных программ для уязвимых групп)</p>

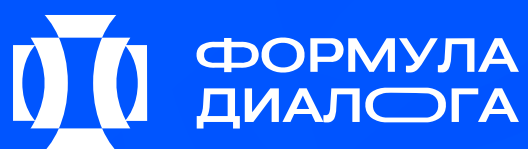
Методология, особенности и ограничения исследования

1. Выводы данного исследования построены на данных, предоставленных компаниями – участниками конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности» в 2020–2023 гг.:
 - данные не собирались целенаправленно под исследование, речь идет о повторном использовании имеющихся массивов информации (заявки на конкурс);
 - все сведения предоставлены самими филантропами (коммерческими компаниями), включая имеющиеся у них данные обратной связи от благополучателей и партнеров, результаты проведенных исследований и оценок результатов. Дополнительной верификации этих данных не проводилось;
 - за эти годы и позже ряд компаний – участников конкурса перестали работать в России или произошли иные существенные изменения в их бизнесе (реорганизация юридического лица, слияния, смена собственника и команды управления и пр.). В связи с этим изменялись и стратегии, подходы и практики корпоративной благотворительности и социальных инвестиций; ряд реализуемых образовательных программ могли быть закрыты, приостановлены, трансформированы или «подхвачены» другими партнерами.

2. Специфика участников конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности»:
 - ограниченное число участников – в 2020–2023 гг. в каждом конкурсе участвовало от 37 до 44 компаний;
 - исключительно крупные коммерческие компании (годовой оборот свыше 100 млн рублей);
 - участие в престижном профессиональном конкурсе подразумевает подачу заявки для определения лидеров в области корпоративной благотворительности, (речь идет) примерно (об) одном и том же круге участников и программ (всего в «образовательной номинации» конкурса за три года участвовало 35 компаний, 9 из них становились победителями, 11 – участвовали более одного года).
3. Выводы исследования сфокусированы исключительно на филантропической поддержке образования со стороны корпораций – напрямую или через корпоративные фонды. При этом соответствующую поддержку могут также осуществлять и частные доноры (как крупные⁹, так и массовые), различные некоммерческие организации. Более того, в России отсутствует четкое нормативное определение именно корпоративных фондов, их сложно отделить от частных фондов. Так, в ряде случаев корпорации реализуют благотворительные программы через частные фонды владельцев крупного бизнеса (например, Благотворительный фонд «САФМАР», Благотворительный фонд «Искусство, наука и спорт», Фонд Мельниченко).
4. Под «поддержкой образования» подразумевалось исключительно то, что таковым считалось самой корпорацией:
 - в ряде случаев представленные на конкурс «образовательные» проекты были на стыке просвещения, науки и иных направлений;
 - учитывая, что на одну номинацию (в т.ч. «образовательную») от одной компании может быть заявлена только одна программа (проект), иногда компании объединяют в одну программу несколько своих проектов и инициатив;

⁹ Высшее образование традиционно является одним из основных направлений благотворительности состоятельных людей [во всем мире](#); поддержка высшего образования [входит в топ-3](#) приоритетов и состоятельных россиян.

- одна программа компании может участвовать только в одной номинации конкурса, соответственно, комплексные программы компаний могли быть поданы не на «образовательную» номинацию конкурса, а на иные.
- 5.** В анализ включены исключительно сведения компаний о поддержке образования, представленные в анкетах 2020, 2021 и 2023 гг. Ситуация в сфере поддержки образования весьма изменилась за эти годы и будет меняться в будущем, что связано со значимыми трансформациями в экономике, политике, социальной жизни страны.



Форум Доноров. 127053, г. Москва,
ул. Суцеская, дом 9, стр.4, офис 311

www.donorsforum.ru

www.formula.donorsforum.ru