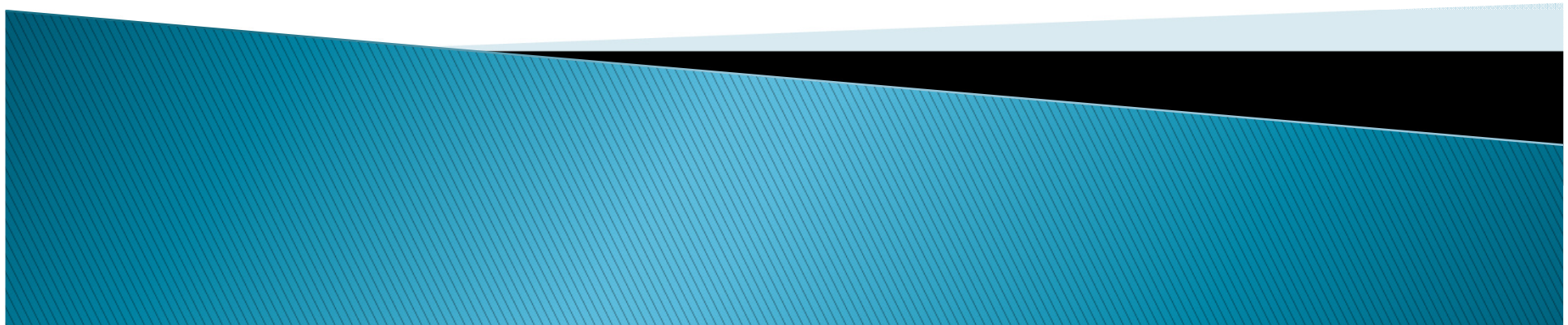




"Alternatívne zdroje financovania vysokých škôl, spolupráca so súkromnými darcami a alumni programy"

21.3.2013, Bratislava

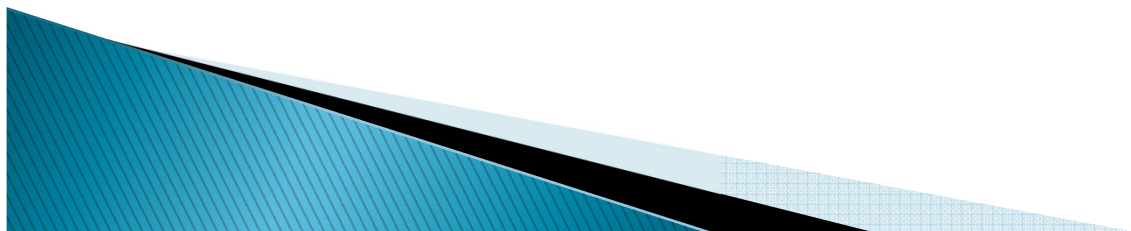


Panelová diskusia

Engaging Philanthropy for university research, Fundraising by universities from philanthropic sources: developing partnerships between universities and private donors, EK 2008

4 fundraisingové modely:

- ▶ Alumni model
- ▶ „Major gift“ model
- ▶ Model „foundation research“
- ▶ „Multi mode“ model

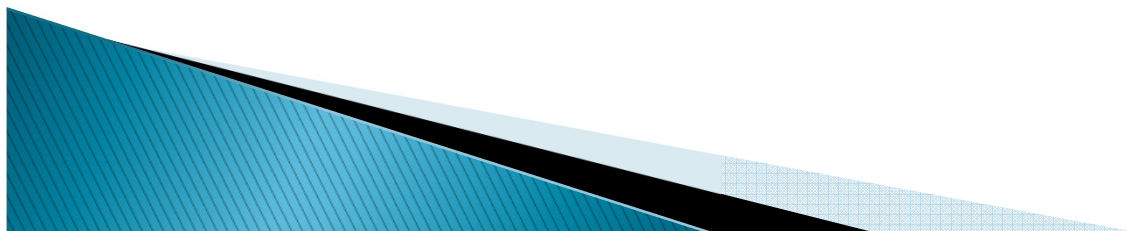


- ▶ **Alumni model:** odporúčaná model pre slovenské vysoké školy, ktoré chcú začať s alumni a fundraisingom:
 - dlhodobé zbieranie menších finančných darov, od väčšieho počtu darcov (alumni a priatelia),
 - alumni administratíva/fundraisingové oddelenie,
 - darca nešpecifikuje použitie daru,
 - interakcia s potenciálnymi darcami je štruktúrovaná, formálna (masová poštová komunikácia štandardnými listami, emailami, na sociálnej sieti)
 - vyžaduje si určitý stupeň skladania účtov „accountability“ školy voči verejnosti, budovanie PR – pozitívneho obrazu v médiách



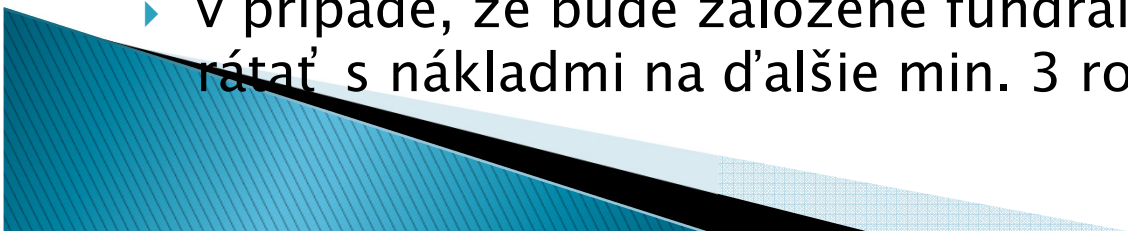
„Major gift“ model alebo model veľkých darov:

- ▶ zameriava sa na získanie darov od extrémne bohatých jednotlivcov,
- ▶ najviac využívaný model, ktorý prináša najväčšie dary,
- ▶ je založený na osobných kontaktoch vedenia školy s bohatými jednotlivcami,
- ▶ využitie daru je zvyčajne špecifikované darcom, ale v súlade so stratégiou školy.



V prípade, že škola začína pôsobiť na tomto poli, treba:

- ▶ dlhodobú víziu, oddanosť, čas a zdroje, min. čas na budovanie štruktúr sú 2–3 roky, dostatočná finančná a ľudská podpora,
- ▶ sprevádza ho investícia do excelentnosti – školy ako „selling points“, neoddeliteľnou súčasťou je budovanie fundraisingových štruktúr (marketing, PR, komunikácia),
- ▶ škola sa musí stať dôveryhodnou pre verejnosť,
- ▶ zainteresovať do procesu nielen vedenie, ale ľudí na škole (rektor, dekaní ...)
- ▶ zmeny na škole musí odkomunikovať vedenie s akademickou obcou,
- ▶ externá pomoc je vítaná/potrebná, ale fundraising nie je dobré dať úplne mimo školy,
- ▶ osobný kontakt je dôležitý pre identifikovanie potenciálnych darcov,
- ▶ v prípade, že bude založené fundraisingové oddelenie, treba rátať s nákladmi na ďalšie min. 3 roky.



Odporúčania/Recommendations

- 1) Focus energies on current students and recent alumni to deliver the message that Slovak universities offer quality education, service to society, and represent the future of the country. Alumni should work together to support the institution as the institution has supported them. The annual fund is an important way alumni can support their institutions.
- 2) Create institutional messaging to go out to the public and alumni that emphasizes the service that universities provide Slovak society. This messaging would be delivered via standard public relations channels, including alumni newsletters (delivered via email or Facebook), press releases, the university website, and other university communications.
- 3) University leadership should begin to consider the people who might be involved in a major gifts program in the future, and begin building relationships with them. The value and worth of the university should be steadily imparted to all levels of Slovak society, and in a personal way to the committed, well-connected, and wealthy by university leadership.



Ďakujeme / Thank you

www.srk.sk