

Д. А. Шевченко

Фандрайзинг образовательной организации

*Учебное пособие
для обучающихся по дополнительным
профессиональным программам*

Рекомендовано Гильдией маркетологов

Москва
Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»
2017

УДК 37.01
ББК 74.04
ШЗ7

Автор:

Д. А. Шевченко — доктор экономических наук, профессор кафедры маркетинга и рекламы, почетный член совета Гильдии Маркетологов, эксперт рекламы Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР).

Шевченко Д. А.

Фандрайзинг образовательной организации: Учебное пособие для обучающихся по дополнительным профессиональным программам / Д. А. Шевченко. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. — 335 с.

ISBN 978-5-394-02856-4

Настоящее учебное пособие посвящено проблемам управления фандрайзингом образовательной организации: детского сада, школы, колледжа, вуза. В нем на конкретных примерах представлена практика и основные принципы управления фандрайзингом в образовательных учреждениях. Раскрываются правовые механизмы регулирования привлечения пожертвований в образовательную организацию и реальные кейсы управления этим процессом.

В учебном пособии подчеркивается ведущая роль руководителя образовательной организации, Попечительского совета, представлены эффективные методы и способы работы с целевыми группами благотворителей: родителями, выпускниками, студентами, органами власти, фондами и другими донорами фандрайзинга.

Для руководителей и менеджеров образовательных организаций, преподавателей, педагогов и студентов, обучающихся по дополнительным профессиональным программам.

© Шевченко Д. А., 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	7
1. ФАНДРАЙЗИНГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ПРИНЦИПЫ	10
1.1. Благотворительная деятельность и фандрайзинг.....	10
1.2. Субъекты фандрайзинга.....	11
1.3. Критерии благотворительности.....	16
1.4. Маркетинг фандрайзинга: благотворительная услуга.....	28
2. ПРАВОВЫЕ ИСТОЧНИКИ И МЕХАНИЗМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	31
2.1. Конституция РФ.....	33
2.2. Федеральный закон «О некоммерческих организациях».....	33
2.3. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации».....	34
2.4. Гражданский кодекс РФ.....	34
2.5. Налоговый кодекс РФ.....	36
2.6. Устав образовательной организации.....	40
2.7. Попечительский совет. Родительский комитет.....	40
3. ПРИНЦИПЫ ФАНДРАЙЗИНГА	42
3.1. Принцип законности пожертвований.....	42
3.2. Принцип конфиденциальности и добровольности.....	43
3.3. Принцип гласности и непринуждения к привлечению средств.....	44
4. НАРУШЕНИЕ ЗАКОННОСТИ ФАНДРАЙЗИНГА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ	46
4.1. Нецелевое использование средств пожертвований.....	46

4.2. Нарушение законности и открытости	48
4.3. Принуждение родителей к платежам	49
4.4. Навязывание фиксированных сумм пожертвований	50
4.5. Нарушение принципа добровольности	51
4.6. Нарушение общедоступности и бесплатности образования...	52
4.7. Можно ли выиграть суд у родителей?	54
5. ПРАВОВОЙ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	58
5.1. Организация и управление благотворительной деятельностью.....	58
5.2. Порядок привлечения добровольных пожертвований.....	59
5.3. Создание пакета документов.....	59
5.4. Алгоритм создания Попечительского совета	60
5.7. Формирование и работа штаба/команды образовательной организации по привлечению пожертвований	84
6. МАРКЕТИНГОВЫЙ МЕХАНИЗМ ФАНДРАЙЗИНГА	88
6.1. Маркетинг образовательной организации	88
6.2. Целевая аудитория фандрайзинга.....	90
6.3. Фандрайзинг — это социальный маркетинг.....	90
6.4. Фандрайзинг — это обмен ценностями	92
6.5. Принятие решений о пожертвовании.....	94
6.6. Маркетинг партнерских отношений и внутренний маркетинг	97
7. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ФАНДРАЙЗИНГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: РОДИТЕЛИ.....	101
7.1. Родители.....	101
7.2. Родственники.....	105
7.3. Родители-бизнесмены. «Клиентский список».....	106

7.4. Методы воздействия на богатых родителей.....	106
7.5. План проведения мероприятия/проекта.....	107
7.6. Выгодные условия привлечения пожертвований.....	109
7.7. Несогласный родитель.....	110
7.8. Фиксированность суммы пожертвований вызывает протест...	110
7.9. Регулярность оказания и планирование пожертвований	111
7.10. Примеры проектов благотворительности	112
7.11. Формы взаимодействия образовательных организаций с жертвователями.....	113
7.12. Три темы, которые вызывают отклик у родителей и готовность платить	113
7.13. Учащиеся имеют возможность влиять на родителей и доноров	114
8. ВЫПУСКНИКИ.....	118
8.1. Выпускники и выпускники	118
8.2. Выпускники поддерживают и участвуют в проектах.....	121
8.3. Ассоциации выпускников	124
9. ВОЛОНТЕРЫ И ВОЛОНТЕРСКОЕ ДВИЖЕНИЕ	128
9.1. Принципы волонтерского движения	129
9.2. Волонтерское движение учащихся — отдельная тема для понимания фандрайзинга.....	131
10. ОТНОШЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ С ВЛАСТЬЮ, КОММЕРЧЕСКИМИ И НЕКОММЕРЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ (НКО)	138
10.1. Участие государственных, муниципальных органов власти в поддержке благотворительной деятельности	138
10.2. Участие коммерческих организаций в благотворительной деятельности	143
10.3. Отношения образовательной организации с некоммерческими организациями (НКО)	149

11. ЭНДАУМЕНТ. ФОНД ЦЕЛЕВОГО КАПИТАЛА ВУЗА.....	160
11.1. Правовой механизм работы эндаумент-фонда.....	160
11.2. Методы привлечения партнеров к участию в эндаумент-фонде.....	163
12. ЭЛЕКТРОННЫЕ СРЕДСТВА ФАНДРАЙЗИНГА.....	174
12.1. Поколение «Y» и поколение «Z».....	174
12.2. Интернет-коммуникации на службе благотворительности.	178
12.3. Отдельная проблема — это сайт образовательной организации.....	180
12.4. Причины торможения развития современных методов передачи информации.....	182
12.5. Основные критерии оценки сайта	184
12.6. Принципы клиент-ориентированного маркетинга образовательной организации в виртуальном мире.....	188
12.7. Целевая аудитория образовательной организации в Интернет.....	189
12.8. Оптимальная контентная структура сайта образовательной организации	191
12.9. Благотворительность и проблема обратной связи. Активность образовательной организации в социальных сетях — SMM	192
12.10. Краудфандинг.....	198
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	203
ИСТОЧНИКИ	206
ЛИТЕРАТУРА	207
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	208

ВВЕДЕНИЕ

Настоящее учебное пособие подготовлено на материалах исследования управления процессами фандрайзинговой деятельности в образовательных организациях. Фандрайзинг для образовательных организаций имеет ряд особенностей. Он связан с самим фактом осуществления образовательной, педагогической и воспитательной деятельности в образовательных учреждениях разного уровня: детского сада, школы, колледжа (техникума), высшего учебного заведения.

С момента принятия закона Федерального закона от 11 августа 1995 г. № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» минуло более двух десятилетий. Однако актуальность привлечения внебюджетных средств, к которым относится средства благотворителей, остается на высоком уровне.

Актуальность фандрайзинговой деятельности образовательных организаций в первую очередь связана с ограниченностью финансовых и материально-технических ресурсов.

Исследования свидетельствуют, что благотворительная деятельность в России позволяет говорить о существовании складывающегося благотворительного рынка.

В классическом плане, фандрайзинг образовательных учреждений — это привлечение благотворительных средств и ресурсов для выполнения своей миссии и стратегии.

С точки зрения маркетинга, фандрайзинг образовательного учреждения — это благотворительная услуга, которую предлагает организация на благотворительном рынке.

Читатель убедится, что продвижение благотворительных (фандрайзинговых) услуг на рынке доноров может быть эффективным не только в интересах практических выгод и предпочтений, но и с альтруистических позиций.

К основным субъектам благотворительного рынка относятся: родители (законные представители учащихся), студенты (доброволь-

цы/волонтеры), выпускники, корпоративные и частные коммерческие доноры, федеральные и муниципальные органы власти, фонды.

Есть несколько причин, по которым образовательным учреждениям, их руководителям не удастся эффективно выстроить необходимые механизмы привлечения дополнительных ресурсов благотворителей (доноров).

Среди них:

1. Отсутствие фандрайзинговой стратегии образовательного учреждения.

2. Отсутствие нормативно-правовой базы и документов, позволяющих вести фандрайзинговую деятельность.

3. Отсутствие достаточных компетенций и опыта у руководителя и его команды руководителя, попечительского совета (родительского комитета, наблюдательного совета), у специалистов, способных продвигать фандрайзинговые услуги на благотворительный рынок.

В работе представлена необходимая нормативно-правовая база и принципы осуществления фандрайзинговой деятельности в современных условиях.

В качестве методической помощи, в приложении приводятся примеры необходимых документов. См. Приложение № 9.

Специальное место в учебном пособии отведено анализу нарушений законности фандрайзинга образовательных организаций, примерам нецелевого и некорректного использования пожертвований.

Для руководителей и заместителей руководителей особый интерес может представлять правовой и организационный механизм формирования благотворительной деятельности образовательных учреждений, который здесь подробно представлен.

В учебном пособии фандрайзинг рассматривается как маркетинговая стратегия образовательной организации. Руководители смогут проследить эффективность использования маркетинговых механизмов фандрайзинга на конкретных примерах и лучших практик управления благотворительной деятельностью.

Подробно, с использованием практических кейсов представлены примеры фандрайзинговой работы с основными целевыми категориями

благотворительного рынка: родителями, студентами (волонтерами), выпускниками, представители бизнеса и власти, фондами.

Особое место отведено анализу управления целевым капиталом университета (эндаумент).

Отдельная глава посвящена использованию современных технологий привлечения благотворительных средств в образовательную организацию.

В российском обществе постепенно складываются черты социального альтруизма и гуманности. Люди постепенно, начинают осознавать необходимость собственного участия в социальных процессах общественного развития.

Образование осознается частью единого процесса экономического и технического развития страны. Крупные компании и акционеры стремятся участвовать в благотворительной деятельности, становятся более открытыми для совместного участия в социальных и культурных проектах образовательных учреждений.

Партнерство социальных, экономических, политических субъектов на современном этапе приобретает черты взаимной заинтересованности и сотрудничества. Задача руководителя образовательного учреждения вовремя обнаружить этот тренд.

Образовательные организации и их руководители в разной степени эффективности добиваются успеха в благотворительном менеджменте. Одним удается выстроить отношения с участниками образовательного процесса, властью, бизнесом, различными объединениями и фондами, другие только начинают эту деятельность. Маркетинговый подход к организации и управлению благотворительной деятельностью, по мнению автора, может принести желаемый успех и ощутимый результат.

Учебное пособие состоит из 12 глав, которые сопровождаются обширным приложением. В конце каждой главы контрольные вопросы. Представлен список литературы.

Благодарю всех, кто поддержал и принял дружеское участие в работе автора над этим учебным пособием.

1. ФАНДРАЙЗИНГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ПРИНЦИПЫ

- 1.1. Благотворительная деятельность и фандрайзинг.
 - 1.2. Субъекты фандрайзинга.
 - 1.3. Критерии благотворительности.
 - 1.4. Соотношение понятий: фандрайзинг, спонсорство, меценатство, корпоративная и частная благотворительность, филантропия образовательной организации.
 - 1.5. Виды и типы благотворительных услуг.
 - 1.6. Маркетинг фандрайзинга: благотворительная услуга.
- Вопросы для самоконтроля.*

1.1. Благотворительная деятельность и фандрайзинг

Благотворительность означает оказание бескорыстной, безвозмездной или на льготных условиях помощи тем, кто в ней нуждается.

Люди по своей природе альтруистичны так же, как и эгоистичны, иначе мы не смогли бы объяснить бескорыстное участие в поддержке и стремлении оказать бескорыстную помощь своим близким людям (сыну, дочери, матери, отцу и т.д.), даже принося себя в жертву. Испытывая эмпатию, мы готовы прийти на помощь человеку, который испытывает нужду. Мотивация помочь бескорыстно ближнему, вопреки своих личным сиюминутным интересам особенно сильна, когда стороны связывают узы любви или дружбы. Желание помочь другому человеку — свойство личности пробуждается всегда, когда мы осознаем ее необходимость в отношении близкого нам, родного человека.

Благотворительность тесно связана с понятием фандрайзинг.

Фандрайзинг — от лат. *fund* — «финансовый ресурс», *raising* — «сбор, формирование». Цель фандрайзинга — объединить разрозненные ресурсы и предоставить их для поддержки уже разработанного проекта.

Если вы пытаетесь построить новую спортивную площадку или расширить свою столовую или кафе, вы должны рассказать содержательную историю об этом проекте. «Скоро, мы приступаем к демонтажу

стен и полов по предложенным проектам студентов, ваше участие ускорило начало наших работ». На сайте и в социальных сетях должны быть проекты и фамилии студентов — авторов реконструкции. Потенциальные партнеры по благотворительности должны знать, почему их усилия очень важны для образовательной организации.

Благотворительность, благотворительная деятельность по своему содержанию шире, чем инструменты фандрайзинга, спонсорства, меценатства, филантропии и других разновидностей благотворительности.

Субъекты благотворительного процесса и процессов фандрайзинга совпадают. Процесс привлечения благотворительных средств понимается как фандрайзинг образовательной организации. Благотворительная деятельность шире, чем любая ее разновидность, так как она включает в себя не только привлечение пожертвований на социальные проекты, но и участие в благотворительном процессе добровольцев (волонтеров), косвенных участников (попечительский совет, родительский комитет, органы власти и др.).

1.2. Субъекты фандрайзинга

В процессе благотворительной деятельности всегда участвуют две стороны — благотворитель, тот, кто делает пожертвование и ее получатель.

Для того, чтобы благотворительность (сделка) произошла, стороны должны испытывать друг другу доверие. При этом, доверие должно возникнуть у жертвователя к ситуации, которую представляет благополучатель.

Процесс благотворительности представляет собой альтруистическую сделку, так как ее результатом является передача денежных, материальных средств, иных услуг одной стороны — другой. Жертвователю нужна своеобразная «подсказка», возникновению у него внутренней мотивации, которую может пробудить получатель. Убедительность аргументов, демонстрация будущего положительного результата, который вполне может убедить жертвователя расстаться со своими ресурсами и понять, что он является не столько филантропом, сколько инвестором желаемого будущего для своего ребенка, студента, зависит от убедительности и прозрачности использования пожертвования благополучателем. По сути, образовательная

организация (детский сад, школа, колледж, университет) в процессе благотворительной акции должны представлять потребности и интересы воспитанника, учащегося, студента. В идеале сторонами благотворительной сделки должны являться родители (законные представители студента) и студенты, как законные представители образовательной организации, интересы которых формулируются представителями (посредниками) образовательного учреждения.

Благотворительная деятельность включает в себя отношения и сделки не только со стороны непосредственных участников образовательного процесса: родителей и студентов, но и других контактных аудиторий, которые заинтересованы в существовании и развитии образовательной организации.

В благотворительной деятельности принимают участие не только родители и родственники, но и студенты (добровольцы/волонтеры), выпускники, компании, органы власти, фонды, другие доноры¹.

Разобраться в этом процессе помогает существующая правовая база, на которую может и должна опираться образовательная организация, если она стремится добиться успеха в благотворительной деятельности.

Благотворительность регулируется рядом документов, составляющих единую нормативно-правовую базу для образовательной организации.

Федеральный закон от 11 августа 1995 г. № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях»

В соответствии со ст. 1, под благотворительной деятельностью понимается добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки².

Благотворители (жертвователи) — физические и юридические лица. Благотворители — лица, осуществляющие благотворительные по-

¹ Донор — от лат. *dono* — «дарю».

² Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ (ред. от 05.05.2014) «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях». Источник: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7495

жертвования в формах: бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передачи в собственность имущества, в том числе денежных средств и (или) объектов интеллектуальной собственности; бескорыстного (безвозмездной или на льготных условиях) наделения правами владения, пользования и распоряжения любыми объектами права собственности; бескорыстного (безвозмездного или на льготных условиях) выполнения работ, предоставления услуг благотворителями — юридическими лицами.

Благополучатели — лица, получающие благотворительные пожертвования от благотворителей, помощи добровольцев.

Отметим, что возможности привлечения благотворительных средств различными образовательными организациями (ОО) разные. Они зависят от целого ряда факторов. В частности, важно учитывать следующие характеристики ОО:

- государственные или частные;
- казенные, бюджетные, автономные;
- по масштабу: крупные, средние, небольшие;
- по отраслевой, профессиональной направленности: медицинские, политехнические, педагогические, сферы культуры, технические, гуманитарные;
- близость к местной и федеральной власти;
- репутация и имидж ОО;
- возможности выпускников;
- контактов с международными ОО;
- маркетинговые компетенции руководства и сотрудников команды и др.

Различия в организационно-правовых характеристиках влияют на возможности и способности привлечения ими внебюджетных средств, в том числе благотворительных.

Например, только в системе образовательных организаций в настоящее время мы можем наблюдать самые разные типы и организационно-правовые формы.

ГБПОУ — государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение.

ГБОУ СПО государственное бюджетное образовательное учреждение среднего профессионального образования.

ФГБОУ ВО — федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования... (наименование вуза).

ФКПОУ — федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение.

КГБПОУ — краевое государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение.

ОГБПОУ — областное государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение.

ГПОАУ — государственное профессиональное образовательное автономное учреждение.

ГАПОУ — государственное автономное профессиональное образовательное учреждение.

НАНОПО — негосударственная автономная некоммерческая организация профессионального образования.

АНО ДПО — автономная некоммерческая организация дополнительного профессионального образования.

ПОУ — подведомственные образовательные учреждения (Минэкономразвития РФ).

НГПОУ — негосударственное профессиональное образовательное учреждение.

НОУ ДПО — негосударственное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования.

ЧНУ ДПО — частное негосударственное учреждение ДПО.

ЧПОУ — частное профессиональное образовательное учреждение.

ЧОУ ДПО — частное образовательное учреждение ДПО.

Многочисленные изменения структуры учреждений образования привели к появлению новой организационно-правовой формы субъектов образовательной деятельности — автономных образовательных учреждений, сочетающих в себе бюджетное обеспечение и известные экономические и управленческие свободы, что становится особенно актуальным для привлечения пожертвований, создания эндаумент фондов.

Эндаумент-фонды, их организация, планирование, управление, направления работы, их место в структуре — это специальная тема. Она больше касается АНО и вузов.

Несомненно, что на различные учреждения системы образования, разные по форме собственности, региональным и профессиональным особенностям, могут оказывать различное (позитивное и негативное) влияние внешние факторы окружающей среды.

Мы имеем в виду следующие группы факторов:

— политические (отношение к данному вопросу органов государственного управления, учредителей, местных органов власти и контроля);

— идеологические (уровень духовной, нравственной, национальной, религиозные культуры региона, муниципального сообщества, субкультурных характеристик родительских сегментов ОО);

— правовые (состояние законодательства в области благотворительной деятельности, регулирование деятельности образовательных организаций);

— экономические (уровень среднедушевых денежных доходов участников ОО, дифференциация денежных доходов групп населения);

— социальные (социальная напряженность, уровень государственных социальных гарантий, степень потребности и готовности разных категорий ОО получения и участия в дополнительных образовательных услугах и проектах).

Добровольцы — физические лица. Добровольцы — граждане, осуществляющие благотворительную деятельность в форме безвозмездного труда в интересах благополучателя, в том числе в интересах благотворительной организации. Благотворительная организация может оплачивать расходы добровольцев, связанные с их деятельностью в этой организации (командировочные расходы, затраты на транспорт и другие).

Косвенные участники — совет (комитет по поддержке благотворительности), попечительский совет благотворительной акции, местные контролирующие органы государственной власти и СМИ.

Непременным условием благотворительной деятельности является принцип добровольности, в противном случае данная деятельность по привлечению средств физических лиц не будет являться благотворительной.

1.3. Критерии благотворительности

Образовательные организации руководствуются в работе с благотворителями следующими критериями:

- добровольность;
- законность;
- конфиденциальность при получении пожертвований;
- гласность при расходовании.

Согласно ст. 2 Федерального закона № 135-ФЗ благотворительная деятельность может осуществляться в целях:

- социальной поддержки и защиты граждан, включая улучшение материального положения малообеспеченных, социальную реабилитацию безработных, инвалидов и иных лиц, которые в силу своих физических или интеллектуальных особенностей, иных обстоятельств не способны самостоятельно реализовать свои права и законные интересы;
- подготовки населения к преодолению последствий стихийных бедствий, экологических, промышленных или иных катастроф, к предотвращению несчастных случаев;
- оказания помощи пострадавшим в результате стихийных бедствий, экологических, промышленных или иных катастроф, социальных, национальных, религиозных конфликтов, жертвам репрессий, беженцам и вынужденным переселенцам;
- содействия укреплению мира, дружбы и согласия между народами, предотвращению социальных, национальных, религиозных конфликтов;
- содействия укреплению престижа и роли семьи в обществе;
- содействия защите материнства, детства и отцовства;
- содействия деятельности в сфере образования, науки, культуры, искусства, просвещения, духовному развитию личности;
- содействия деятельности в сфере профилактики и охраны здоровья граждан, а также пропаганды здорового образа жизни, улучшения морально-психологического состояния граждан;

- содействия деятельности в сфере физической культуры и массового спорта;
- охраны окружающей среды и защиты животных;
- охраны и должного содержания зданий, объектов и территорий, имеющих историческое, культовое, культурное или природоохранное значение, и мест захоронения;
- подготовки населения в области защиты от чрезвычайных ситуаций, пропаганды знаний в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций и обеспечения пожарной безопасности;
- социальной реабилитации детей-сирот, детей, оставшихся без попечения родителей, безнадзорных детей, детей, находящихся в трудной жизненной ситуации;
- оказания бесплатной юридической помощи и правового просвещения населения;
- содействия добровольческой деятельности;
- участия в деятельности по профилактике безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних;
- содействия развитию научно-технического, художественного творчества детей и молодежи;
- содействия патриотическому, духовно-нравственному воспитанию детей и молодежи;
- поддержки общественно значимых молодежных инициатив, проектов, детского и молодежного движения, детских и молодежных организаций;
- содействия деятельности по производству и (или) распространению социальной рекламы;
- содействия профилактике социально опасных форм поведения граждан.

Фандрайзинг отстаивает свои права.

Фандрайзинг — деятельность, активность по привлечению финансовых, материальных, человеческих ресурсов для некоммерческих организаций с целью реализации их социально-значимых проектов.

Фандрайзинг. Фандрайзинг как термин не является общеупотребительным. Как правило, используется выражение «сбор средств», в большинстве случаев это понятие ассоциируется с филантропией и со-

циальными проектами. Обеспечение финансовой устойчивости ОО лежит через сложный процесс сбора средств — фандрайзинг. Фандрайзинг, процесс привлечения денежных средств и других ресурсов (человеческих, материальных, информационных и т. д.), которые являются необходимыми для реализации определенного проекта или своей образовательной деятельности в целом.

В мировой практике фандрайзинг рассматривают в качестве деятельности, более связанной с привлечением средств в общественные фонды, благотворительные фонды, которые регулируются законом о благотворительности и деятельности НКО. Это особая разновидность деловых коммуникаций между НКО и реальными, потенциальными донорами: бизнес-организациями, спонсорами, благотворителями, органами власти, контролирующими государственный бюджет, административными структурами государственного, регионального и муниципального уровня.

Законодательство США, Западной Европы нацелено на привлечение благотворительных средств в общественные, некоммерческие организации. Это стало частью жизни общества.

Не следует путать привлечение инвестиций и фандрайзинговую деятельность для реализации проектов. В случае с привлечением инвестиций субъектом выступает инвестор, который стремится получить прибыль от участия в коммерческом проекте. Это привлечение дополнительных средств в организацию, в том числе, включая наращивание основных фондов. Как правило, такие инвестиции имеют долговременный характер. Субъектом фандрайзинга выступает донор, который нацелен на получение выгод, которые не являются прибылью. Эта деятельность нацелена на реализацию социальных проектов, включая пополнение оборотных средств НКО, реализация которых имеет кратко- и среднесрочный характер.

У образовательных учреждений возникает необходимость в таком источнике финансирования, как фандрайзинг, привлечение благотворительных средств, потому, что это снижает их зависимость от платежеспособности абитуриентов и тесно связывает их с рынком труда.

Корпоративная, частная благотворительность и близкое им по значению понятие «социальная ответственность бизнеса».

Корпоративная благотворительность — добровольная деятельность коммерческой организации по оказанию помощи нуждающейся стороне или по поддержке социальных проектов — собственных или других организаций. При этом сфера вложения средств не имеет прямой связи с основной деятельностью компании.

Когда говорят о частной благотворительности, то понимают жертвование частными лицами (физическими и юридическими) на определенные цели денег, вещей, оборудования, продукции, других ресурсов.

Социальная ответственность бизнеса относится к благотворительной или спонсорской деятельности, как правило, крупных компаний.

Спонсорство — близкая, но не равнозначная по своей сути форма благотворительности. Тут есть одно принципиальное отличие.

Спонсорство не бескорыстно как благотворительность.

Спонсорство не безвозмездная помощь, как благотворительность.

Спонсорство имеет свои интересы. Это интересы компаний, отдельных лиц, которые ищут в этом свою выгоду.

Это можно назвать отложенным спросом.

Используя в формате благотворительности передачу средств, в том числе денежных, компании и отдельные лица стремятся повысить свою репутацию, репутацию своих торговых марок, брендов, производимых продуктов и услуг. Они работают на будущую прибыль и в этом отношении, такая благотворительность не может рассматриваться как бескорыстная, безвозмездная помощь одной стороны другой. Тут есть корысть — это интересы собственников, которые стремятся продвинуть свои товары или услуги на рынок!

В этом плане спонсорство не является безвозмездной помощью, эта помощь возмездная!

И потому ее следует причислить к корыстной помощи!

Спонсорская помощь налагает на получателя некоторые обязательства. Спонсор рассчитывает продвигать свою продукцию или услуги за счет проводимых под его торговой маркой благотворительных акций. Вот поэтому спонсорство определяют как одну из статей расходов

на рекламу. В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», спонсорство — это возмездное предоставление помощи на условиях распространения рекламы о спонсоре и его продукции. Дословно: «Спонсор — лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление средств для организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности»³.

Все же благотворительность — это бескорыстная и безвозмездная помощь.

Различия между благотворительностью и спонсорством следует усматривать также и в источниках поступления средств.

Благотворительные взносы от организации, поступают, как правило, из чистой прибыли, а источником спонсорских вкладов является себестоимость продукции или услуг, которые обеспечивает компания.

Расходы спонсора могут быть отнесены к расходам на рекламу продукции. При уплате налога на прибыль затраты на внесение спонсорского взноса на условиях распространения рекламы признаются расходами на рекламу.

Налогоплательщик при исчислении налоговой базы вправе их отнести к себестоимости продукции, при условии, что они экономически обоснованы, документально подтверждены и направлены на получение дохода. Перечень затрат организации, относимых к расходам на рекламу, указан в ст. 264 Налогового кодекса РФ (НК РФ). Статья 146 НК РФ гласит, что НДС облагаются операции по реализации товаров (работ, услуг), в том числе на безвозмездной основе, на территории РФ.

То есть, при оказании спонсорской помощи, не подпадающей под благотворительную деятельность, в не денежной форме у получателя возникает объект налогообложения НДС.

Кроме того, спонсорская помощь считается доходом физического лица и облагается НДФЛ.

Есть еще одно отличие — решение о благотворительности решается собственником, частным лицом.

³ Источник: <http://www.zakonrf.info/zoreklame/3>

Когда же в роли спонсора выступает организация, то вопрос о благотворительной помощи решается руководителем.

Меценатство близкое понятие благотворительности, однако, эта помощь имеет свои специфические формы, которые потребовали принятия отдельного закона, регулирующего эту деятельность.

В 2014 году принят специальный закон о меценатстве.

В нем дано разъяснение, что понимать под меценатской деятельностью, определены права и обязанности получателей меценатской поддержки, права органов государственной власти, местного самоуправления, гарантии стимулирования меценатов.

Бедность у нас привыкли не считать пороком, а купцов и банкиров считали кровопийцами и процентщиками.

Благотворительность и меценатство являлись особой формой общественной деятельности в России. Благоедеяния осуществлялись людьми, которые не были великими деятелями искусства, но вошли в историю русской и мировой культуры, ибо способствовали ее обогащению, утверждению в ней новых направлений и форм. Как в центральных, так и в провинциальных городах России можно найти значительное число проявлений актов благотворительности и меценатства, забытых и известных. Созданные на средства российских меценатов памятники отечественной культуры и сегодня вызывают восхищение у потомков и являются нравственными ориентирами для жизни современного общества и, прежде всего, его предпринимательской части. Главное внимание уделяется поддержке творческой деятельности людям, занятым в сфере культуры, образования и искусства.

Братья Третьяковы. Рябушинские. Савва Иванович Мамонтов. Савва Тимофеевич Морозов. Варвара Алексеевна Морозова. Маргарита Кирилловна Морозова (Мамонтова) (1873-1958) — ею было передано 83 картины, в том числе работы Гогена, Ван Гога, Моне, Мане, Мунка, Тулуз-Лотрека, Ренуара, Перова. Крамского, Репина, Бенуа, Левитана и других. Сын и две ее дочери оказались в эмиграции, в России остался только Михаил, тот самый Мика Морозов, чей портрет написал Серов. Сама фабрикантка доживала свои дни в бедности на летней даче в Лианозово. Отдельную комнату в новостройке персональный пенсионер

Маргарита Кирилловна Морозова получила от государства за несколько лет до смерти.

Иван Владимирович Цветаев. Марина Цветаева отметила, что в душе русского человека присутствует не выправляемое чувство неправды больших денег.

Список наиболее известных меценатов нашей страны, составленный по материалам изданий «Forbes Russia», «Коммерсантъ», РИА «Новости» и других открытых источников: Президент компании «Интеррос» Владимир Потанин. Виктор Вексельберг. Роман Абрамович — основателем культурного центра «Гараж», в 2017 году должна закончиться реконструкция территории острова Новая Голландия в Санкт-Петербурге, в которую Абрамович вложил четыреста миллионов долларов, чтобы превратить местные склады и другие постройки XVIII века в комплекс музеев и художественных галерей. Роман Троценко — создал культурный центр «Винзавод», реконструкция производственных помещений которого обошлась в двенадцать миллионов долларов. Жена Романа Троценко — Софья Сергеевна — известный российский арт-продюсер, президент Фонда поддержки современного искусства «Винзавод», советник министра культуры РФ. Михаил Прохоров — финансировал фестиваль русского искусства «Неизвестная Сибирь», вложив в это предприятие около двух миллионов евро. Алишер Усманов. Расходы на благотворительность Алишера Усманова в 2012 году составили сто восемьдесят миллионов долларов. Он лично учредил фонды «Искусство, наука и спорт», поддерживает театры, музеи, участвует в социальных проектах и в помощи тяжелобольным детям. Председатель совета директоров «Промсвязьбанка» Алексей Ананьев. Председатель правления ОАО «Новатэк» Леонид Михельсон. Генеральный директор компании «РусАл» Олег Дерипаска. Бизнесмен Михаил Абрамов в 2011 году создал в Москве Музей русской иконы. Петр Авен — председатель совета директоров банковской группы «Альфа-Банк». Председатель совета директоров «O1 Group» Борис Минц. Заместитель председателя совета директоров «МДМ Банка» Сергей Попов.

В законе дается разъяснение:

«Меценатская деятельность — деятельность по безвозмездной передаче имущества, в том числе денежных средств, или прав владения,

пользования, распоряжения имуществом и (или) безвозмездные выполнение работ и оказание услуг в сфере культуры и образования в области культуры и искусства, направленные на сохранение культурных ценностей и развитие деятельности в сфере культуры и образования в области культуры и искусства».

«Меценат — физическое или юридическое лицо, безвозмездно передающее свое имущество, в том числе денежные средства, или права владения, пользования, распоряжения своим имуществом и (или) безвозмездно выполняющее работы и оказывающее услуги в сфере культуры и образования в области культуры и искусства для сохранения культурных ценностей и развития деятельности в сфере культуры и образования в области культуры и искусства в формах, определенных законодательством Российской Федерации».

Пример: передача частных коллекций произведений искусства, картин университетам, частные собрания книг (они все, как правило, имеют отметку), пополнение музейных коллекций и пр.

«Меценатская поддержка — имущество, в том числе денежные средства, или права владения, пользования, распоряжения имуществом, безвозмездно переданные меценатом получателю меценатской поддержки, и (или) работы и услуги в сфере культуры и образования, соответственно безвозмездно выполненные и оказанные меценатом». «Получатели меценатской поддержки — государственные, муниципальные, негосударственные некоммерческие организации культуры, образовательные организации, реализующие образовательные программы в области культуры и искусства». Художественные, творческой направленности колледжи активно этим пользуются!

В законе о благотворительности используется термин бескорыстная помощь, а здесь — безвозмездная помощь.

Смысл остается один — это добровольное пожертвование одной стороны другой. Благотворительная помощь и меценатская поддержка могут осуществляться на основании договора между сторонами.

Как правило, это договор дарения!

Совершенствованию этой сферы деятельности уделяется внимание со стороны депутатов ГД РФ.

Мecenатство отличается от благотворительности более узкой сферой деятельности: мecenат оказывает поддержку лишь проектам в области культуры, науки и искусства.

Однако можно найти и более глубокое различие между благотворительностью и мecenатством, лежащее в сфере мотивации. Мecenат помогает не столько человеку, сколько, если так можно выразиться, той общественной роли, которую он играет.

Не просто организации, а направлению или конкретным участникам творческой деятельности в сфере изобретений, креативных проектах!

Он поддерживает нищего гениального художника не потому, что тот беден, а из-за того, что он художник.

То есть поддерживается не сам человек, а его талант; его роль в развитии культуры, науки, искусства. Например, если благотворитель помогает человеку потому, что тот беден, мecenат помогает потому, что он талантлив, а спонсор помогает бедному художнику, с целью размещения своего логотипа на картине (реклама или PR)⁴.

Целями мecenатства являются:

- формирование условий для сохранения, развития и поддержания национального культурного достояния и духовного наследия;
- реализация приоритетных программ (проектов) сохранения и развития национального культурного достояния и духовного наследия;
- поддержка профессиональной деятельности в области культуры, искусства, науки, образования, охраны здоровья, спорта.

Мecenатство отличается от благотворительной деятельности своими социальными и культурными целями. Цели благотворительности — обеспечение социального благополучия в обществе.

Цели мecenатства — обеспечение сохранения и развития профессиональных видов в сфере культуры⁵.

⁴ Источник: <http://sitdikovafm.net/mezenatstvo>

⁵ Новый закон о поддержке мecenатов нужен только для крупных корпораций, выделяющих на культуру большие средства. У них появится серьезная экономия на налогах. Мecenаты крайне необходимы для создания стартапов для выпускников творческих вузов. В России десяток таких вузов и ссузов штампуют каждый год творцов, которые в абсолютном большинстве своем не создают креативную экономику. Источник: <http://www.online812.ru/2017/02/21/009>

В Ульяновской области дали старт Году добрых дел. Улицам присвоят имена меценатов и создадут гос. систему работы с благотворителями. На сегодняшний день в регионе на средства благотворителей строятся более двадцати церквей и мечетей. В области планируется создать государственную систему работы с благотворителями, а именами меценатов Симбирской губернии назвать улицы, поощрительные стипендии и т.д.⁶

Филантропия — это то же самое, что благотворительность, это полные синонимы. Разница между филантропией и благотворительностью можно усматривать, скорее, в сфере мотивации благотворителя.

Два важных момента

Первый момент.

Колледж может участвовать активно с различными благотворительными фондами, особенно, в статусе автономной организации.

Многие образовательные организации могут являться коллективными членами благотворительных фондов.

В образовательных организациях, работающих с фондом, могут быть его представители, которые на основании доверенности, выданной фондом, обладают правом на принятие наличных средств от жертвователей.

Это может быть и другое сотрудничество.

Например, открытие своего субсчета на счете благотворительного фонда.

Есть и еще один момент — это открытие собственного благотворительного фонда.

Это отдельная тема, над которой вам надо посоветоваться и обсудить ее с юристами и со своей командой!

Второй момент.

Технологии фандрайзинга помогают увеличить пожертвования, привлечение дополнительных средств из внешних источников на уставные цели ОО.

⁶ Источник: <http://ulpressa.ru/2017/01/20/ulitsam-prisvoyat-imena-metsenatov-i-sozdatut-gossistemu-raboty-i-s-blagotvoritelyami-v-ulyanovskoy-oblasti-dali-start-godu-dobryih-del>

В этом смысле изучение инструментов и форм изучения фандрайзинговой деятельности требует специального внимания со стороны команды ОО.

Фандрайзинг близкое направление по содержанию к корпоративной деятельности в сфере благотворительности.

Здесь мы хотели подчеркнуть многообразие благотворительной деятельности, ее многовидовое содержание.

Понимание близости направлений спонсорства, меценатства, филантропии, фандрайзинга, корпоративной благотворительности к благотворительной деятельности расширяет горизонт поиска средств и форм привлечения средств в ОО, требует от ответственных специалистов и руководителей ОО изучения инструментов этих направлений благотворительной деятельности.

Эти направления не противостоят благотворительности, а напротив, расширяют ее горизонт применения.

Итак, источниками привлечения ресурсов могут быть:

- компании;
- частные лица;
- фонды;
- государственные органы.

Все эти субъекты благотворительной помощи могут выступать в качестве:

- финансового спонсора;
- спонсора на условиях бартера;
- инвестора;
- грантодающей организации;
- меценаты;
- доноры.

Еще раз подчеркнем разницу между донорами, меценатами и спонсорами.

Разница между донорами, меценатами и спонсорами состоит в следующем:

Доноры — это организации, в миссии и в бюджете которых предусмотрено предоставление безвозвратной финансовой, технической по-

мощи на конкурсном основании. РАО ЕЭС, РЖД, Газпром, Роснефть, Роснано и т.п. государственно-частные корпорации.

Спонсорство — это конкретная помощь юридических и физических лиц на определенных условиях.

Меценатство — это благотворительная помощь физических лиц на добровольном безвозвратном основании.

Все виды и экономические участники благотворительности, которые могут выступать источником привлечения ресурсов, можно называть «партнерами». Это должно быть отражено в виде отдельного раздела «Партнерь»!

Единственное правило, оформляйте в соответствии с требованиями законодательства, документы!

Виды и типы благотворительных услуг.

К видам и типам благотворительных услуг следует отнести:

Благотворительность физических лиц. Благотворительные услуги, осуществляемые лично, родителями, выпускниками и др. физлицами.

Благотворительность юридических лиц. Благотворительная деятельность коммерческих предприятий в рамках социальной ответственности бизнеса и некоммерческих организаций, например благотворительных фондов.

Благотворительность, направленная на поддержку физических лиц. Поддержка нуждающихся в помощи учащихся, сотрудников ОО.

Благотворительность, направленная на поддержку юридических лиц. Поддержка некоммерческих организаций и учреждений (детские дома, учреждения образования и здравоохранения и т.д.).

Пожертвование. Передача гражданам (на определенные цели) или юридическим лицам (не обязательно целевая) благ (вещи или права)

Целевые пожертвования. Передача благ на конкретные цели, исполнение которых — обязательное условие получения пожертвования. В противном случае блага необходимо вернуть.

Пожертвования, не имеющие конкретной цели. Пожертвования в пользу благополучателей, где цели их использования определяются самостоятельно.

Дарение. Передача благ в форме дара, по договору дарения.

Завещание. Завещание личного имущества.

Единовременная передача благ. Единовременное пожертвование.

Регулярная передача благ. Ежемесячные или ежеквартальные перечисления в пользу благополучателей.

Оплата расходов. Покрытие текущих расходов либо долгов благополучателя.

Финансирование акций, программ. Оплата расходов по организации благотворительных концертов, передача средств, полученных от их проведения в пользу ОО.

Информационная поддержка в социальной рекламе, привлечение общественного внимания, укрепления имиджа.

Выполнение профессиональных работ и услуг. Выполнение какой-либо профессиональной деятельности, работ или услуг безвозмездно.

Моральная поддержка. Участие в акциях, программах

Финансовая помощь. Передача денежных средств в различных видах и формах

Передача материально-технических ценностей.

Интеллектуальные услуги. Предоставление различных услуг интеллектуального характера.

Производственные услуги. Выполнение различного рода физических или других работ на безвозмездной основе.

Нематериальная продукция и услуги.

Эти разъяснения должны найти свое отражение в разрабатываемых нормативных правовых документах ОО: в Положении о привлечении внебюджетных средств. Положение деятельности Попечительского или Наблюдательного совета.

1.4. Маркетинг фандрайзинга: благотворительная услуга

Благотворительность — это сделка, альтруистическая сделка. Это понимание маркетинга, рыночного толкования передачи ресурсов.

Для маркетинга благотворительность представляет собой услугу со стороны благотворителя! Вот почему мы говорим о договорах, о предоставлении товаров и услуг на безвозмездной основе и добровольно.

Образовательная организация (детский сад, школа, колледж, университет) в процессе благотворительной акции (с точки зрения маркетинга — сделки) в качестве благополучателя, должна представлять убедительные аргументы в пользу удовлетворения потребностей воспитанников, учащихся, студентов в обмен на пожертвования со стороны благотворителя: деньги, товары или услуги.

Благотворительная деятельность включает в себя отношения и сделки не только со стороны непосредственных участников образовательного процесса: родителей и студентов, но и других контактных аудиторий, которые заинтересованы в существовании и развитии образовательной организации.

В благотворительной деятельности принимают участие родители и родственники, но и студенты (добровольцы/волонтеры), выпускники, компании, органы власти, фонды, другие доноры.

Разобраться в этом процессе помогает существующая нормативно правовая база, на которую может и должна опираться образовательная организация (ОО), если она стремится добиться успеха в благотворительной деятельности.

Благотворительность регулируется рядом документов, составляющих единую нормативно-правовую базу для образовательной организации.

В первую очередь это Федеральный закон от 11 августа 1995 г. № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях».

В соответствии со ст. 1 Закона под благотворительной деятельностью понимается добровольная деятельность граждан и юридических лиц по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче гражданам или юридическим лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки⁷.

⁷ Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ (ред. от 05.05.2014) «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях». Источник: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_7495

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте свое определение благотворительной деятельности и благотворительности.
2. Как Вы понимаете управление благотворительной деятельностью?
3. Перечислите основные понятия и принципы благотворительной деятельности?
4. Назовите основных участников акции по привлечению частных благотворительных пожертвований?
5. Кого можно назвать благотворителями?
6. Кто относится к благополучателям?
7. Дайте характеристику волонтерам/добровольцам?
8. К каким категориям благотворительной деятельности относятся косвенные участники?
9. Назовите несколько основных направлений и критериев благотворительности.
10. Что объединяет и чем различаются такие понятия как: благотворительность, пожертвования, спонсорство, меценатство, филантропия?
11. Каким законом регулируется спонсорство в России? Приведите примеры спонсорства.
12. Каким законом регулируется меценатство в России? Приведите примеры меценатства.
13. Какие явления можно отнести к филантропии и чем она отличается от благотворительности?
14. Что означает корпоративная, частная благотворительность?
15. Перечислите источники привлечения благотворительных средств. Приведите примеры.

2. ПРАВОВЫЕ ИСТОЧНИКИ И МЕХАНИЗМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

- 2.1. Конституция РФ.
- 2.2. Федеральный закон «О некоммерческих организациях».
- 2.3. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации».
- 2.4. Гражданский кодекс РФ.
- 2.5. Налоговый кодекс РФ.
- 2.6. Устав образовательной организации.
- 2.7. Попечительский совет. Родительский комитет.

Вопросы для самоконтроля.

Согласно ст. 2 Федерального закона № 135-ФЗ благотворительная деятельность может осуществляться в целях (список целей постоянно дополняется)⁸:

- социальной поддержки и защиты граждан, включая улучшение материального положения малообеспеченных, социальную реабилитацию безработных, инвалидов и иных лиц, которые в силу своих физических или интеллектуальных особенностей, иных обстоятельств не способны самостоятельно реализовать свои права и законные интересы;
- подготовки населения к преодолению последствий стихийных бедствий, экологических, промышленных или иных катастроф, к предотвращению несчастных случаев;
- оказания помощи пострадавшим в результате стихийных бедствий, экологических, промышленных или иных катастроф, социальных, национальных, религиозных конфликтов, жертвам репрессий, беженцам и вынужденным переселенцам;
- содействия укреплению мира, дружбы и согласия между народами, предотвращению социальных, национальных, религиозных конфликтов;

⁸ Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ (ред. от 05.05.2014) «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях». Указ. источник.

- содействия укреплению престижа и роли семьи в обществе;
- содействия защите материнства, детства и отцовства;
- содействия деятельности в сфере образования, науки, культуры, искусства, просвещения, духовному развитию личности;
- содействия деятельности в сфере профилактики и охраны здоровья граждан, а также пропаганды здорового образа жизни, улучшения морально-психологического состояния граждан;
- содействия деятельности в сфере физической культуры и массового спорта;
- охраны окружающей среды и защиты животных;
- охраны и должного содержания зданий, объектов и территорий, имеющих историческое, культовое, культурное или природоохранное значение, и мест захоронения;
- подготовки населения в области защиты от чрезвычайных ситуаций, пропаганды знаний в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций и обеспечения пожарной безопасности;
- социальной реабилитации детей-сирот, детей, оставшихся без попечения родителей, безнадзорных детей, детей, находящихся в трудной жизненной ситуации;
- оказания бесплатной юридической помощи и правового просвещения населения;
- содействия добровольческой деятельности (для нас волонтерская деятельность);
- участия в деятельности по профилактике безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних;
- содействия развитию научно-технического, художественного творчества детей и молодежи (для нас приглашение к поддержке проектной деятельности и, конечно, World Skills);
- содействия патриотическому, духовно-нравственному воспитанию детей и молодежи;
- поддержки общественно значимых молодежных инициатив, проектов, детского и молодежного движения, детских и молодежных организаций;
- содействия деятельности по производству и (или) распространению социальной рекламы (это территория спонсорства);

- содействия профилактике социально опасных форм поведения граждан (проекты против терроризма, наркотиков и пр.).

2.1. Конституция РФ

В Конституции РФ, в статье 43, записано, что каждый имеет право на образование. Каждому человеку гарантируются общедоступность и бесплатность дошкольного, основного общего и среднего профессионального образования в государственных или муниципальных образовательных учреждениях и на предприятиях⁹.

Это обстоятельство нацеливает образовательные учреждения и организации обеспечивать основные гарантированные права каждого ребенка российской семьи.

2.2. Федеральный закон «О некоммерческих организациях»

В соответствии с действующим законодательством некоммерческие организации (организации, не имеющие целью своей деятельности извлечение прибыли) имеют право привлекать в порядке, установленном законодательством РФ, дополнительные финансовые средства, в том числе средства, полученные от приносящей доход деятельности, а также добровольные имущественные взносы и пожертвования.

Некоммерческие организации могут создаваться для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, в целях охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, защиты прав, законных интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ¹⁰.

⁹ Источник: <http://www.constitution.ru/10003000/10003000-4.htm>

¹⁰ Федеральный закон «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996 № 7-ФЗ. Ст. 2. Источник: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8824

2.3. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации»

Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» подчеркивается право каждого человека на получение образования независимо от пола, расы, национальности, языка, происхождения, имущественного, социального и должностного положения, места жительства, отношения к религии, убеждений, принадлежности к общественным объединениям и других факторов и обстоятельств. При этом прямо не указывается право на привлечение спонсорских, благотворительных пожертвований от физических и юридических лиц.

Действительно, Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» не регламентирует деятельность образовательных организаций по привлечению пожертвований от юридических и (или) физических лиц. Однако это не означает, что теперь такая деятельность не допускается.

Отсутствие регламентации данных отношений в Федеральном законе № 273-ФЗ вызвано отсутствием каких-либо существенных особенностей данной деятельности в сфере образования, требующих специального правового регулирования, и достаточностью норм гражданского законодательства.

2.4. Гражданский кодекс РФ

Отношения образовательной организации по отношению к физическим и юридическим лицам, желающим сделать пожертвования, урегулированы общими нормами ст. 582 Гражданского кодекса РФ (ГК РФ).

Согласно ч. 1-3 ст. 582 ГК РФ пожертвование — это дарение вещи (денег, имущества и пр.) или права в общепользовательных целях, которое может делаться образовательным организациям (ОО) в соответствии с законом.

На принятие пожертвования не требуется чье-либо разрешения или согласия.

В Гражданском кодексе в ст. 582 отмечается, что пожертвования могут делаться гражданам, лечебным, воспитательным учреждениям,

учреждениям социальной защиты и другим аналогичным учреждениям, благотворительным, научным и образовательным организациям, фондам, музеям и другим учреждениям культуры, общественным и религиозным организациям, иным некоммерческим организациям в соответствии с законом, а также государству и другим субъектам гражданского права, указанным в ст. 124 ГК РФ.

В ст. 582 ГК РФ говорится, что пожертвованием признается дарение вещи или права в общеполезных целях. Юридическим лицом, отмечается в ГК РФ, пожертвование должно быть использовано по определенному назначению.

Образовательные организации должны заключать с жертвователями договоры о добровольных пожертвованиях, где прописывается цель использования объектов имущественного дарения, их сумма (см. Приложение № 1. Договор пожертвования).

В таком случае у благотворителя появляется возможность проведения контроля целевого использования полученных денежных средств ОО.

Пожертвование — это один из видов договора дарения.

В случае, если образовательной организации передается какое-либо имущество, кроме денежных средств, возможно заключение договора дарения, имущество приходится и ставится на баланс учреждения.

В любом случае образовательная организация ведет отдельный учет поступивших пожертвований (см. Приложение № 2. Договор дарения).

В отличие от договора дарения, в договоре пожертвования не допускается участие коммерческих организаций в качестве получателя пожертвования. Возможно только пожертвование имущества бюджетному учреждению, государству, некоммерческим организациям, различным фондам.

Договор подразумевает использование переданных средств в общеполезных целях.

Обратите внимание на следующие основные отличия договора пожертвования от договора дарения:

во-первых, в договоре пожертвования по сравнению с договором дарения круг объектов, которые могут быть переданы в качестве пожертвования, значительно уменьшен. Пожертвовать можно только имущество или денежные средства.

во-вторых, по сравнению с договором дарения, субъектов, способных получить пожертвование, меньше.

Пожертвование, к примеру, не могут получить юридические лица, зарегистрированные как коммерческие.

Следующее отличие заключается в том, что пожертвование приносится в дар его получателю, но используется для удовлетворения общественных целей. Но жертвователь в этом случае также является заинтересованным лицом.

Он заинтересован в том, чтобы дар достиг своего получателя.

Последнее отличие напрямую связано с предыдущим. Поскольку жертвователь напрямую заинтересован в целевом использовании переданных им средств, он вправе осуществлять контроль за тем, как будут распределяться эти средства. Если средства будут использованы не так, как подобает, жертвователь может истребовать переданную сумму или объект через суд обратно.

Обязанности сторон не прекращаются сразу после заключения договора и передачи вещи получателю. Получатель обязан распорядиться этими средствами так, как это считает нужным даритель. Отмена договора по инициативе жертвователя возможна только в случае невыполнения требований дарителя.

В остальных случаях, предусмотренных договором дарения, требование отмены удовлетворено не будет.

2.5. Налоговый кодекс РФ

В соответствии с п. 8 статьи 250 Налогового кодекса РФ: «При получении имущества (работ, услуг) безвозмездно оценка доходов осуществляется исходя из рыночных цен, определяемых с учетом положений статьи 105. 3 ГК РФ, но не ниже определяемой в соответствии с настоящей главой остаточной стоимости — по амортизируемому имуществу и не ниже затрат на производство (приобретение) — по иному

имуществу (выполненным работам, оказанным услугам)»¹¹. Информация о ценах должна быть подтверждена налогоплательщиком — получателем имущества (работ, услуг) документально или путем проведения независимой оценки.

Отдельная тема — социальный налоговый вычет для жертвователей.

Право на получение социального налогового вычета регламентируется ст. 219 НК РФ (п. 1, пп. 1) и предоставляется на определенные расходы, которые понес налогоплательщик за прошедший календарный год¹². Таким правом могут воспользоваться жертвователи — физические лица, направившие свои средства в качестве пожертвования некоммерческой организации на формирование или пополнение целевого капитала. Как и все остальные налоговые вычеты для физических лиц, этот вычет предоставляется только по доходам, облагаемым ставкой 13%. Социальный налоговый вычет дает возможность налогоплательщикам вернуть часть уплаченного налога в объеме 13% от суммы фактических расходов, произведенных на благотворительные цели и пожертвования. Однако сумма, с которой производится возврат налога, ограничена 25% полученного за календарный год налогооблагаемого дохода. Это значит, что в случае, если размер пожертвования (или суммы пожертвований) за календарный год оказался выше указанного ограничения, возврат налога будет осуществлен не на всю сумму расходов, а только на ее часть, соответствующую двадцати пяти процентам полученного годового дохода, с которого был уплачен тринадцатипроцентный налог. Остаток неиспользованного социального вычета на следующий год не переносится. Реализовать свое право на возврат налога (получение социального вычета) можно в течение трех лет с момента окончания календарного года, в котором были произведены расходы на благотворительность. Например, в случае если жертвователь в течение 2014, 2015, 2016 годов направлял свои средства на благотворительные цели и пожертвования, но правом на получение социального налогового вычета еще не вос-

¹¹ Налоговый кодекс РФ. Источник: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671

¹² Там же.

пользовался, он имеет возможность подать документы на возврат налога в 2015 году за все указанные периоды. Пакет документов за каждый налоговый период (календарный год) формируется отдельно.

Примеры расчета социального налогового вычета:

1. Сумма пожертвования не превышает 25% налогооблагаемой базы дохода.

Сумма Ваших доходов, облагаемых НДФЛ, за прошедший год составила 500 000 руб. Из них был уплачен подоходный налог: $500\ 000 \times 13\% = 65\ 000$ руб. В тот же год Вы сделали пожертвование в размере 50 000 руб.

Поскольку сумма Вашего пожертвования не превышает максимальный налоговый вычет: $500\ 000 \times 25\% = 125\ 000$ руб., вы можете предъявить к вычету расходы на пожертвование в полном объеме. Таким образом, Вам будет возвращен уплаченный ранее налог: $50\ 000 \times 13\% = 6\ 500$ руб.

2. Сумма пожертвования превышает 25% налогооблагаемой базы дохода.

Сумма Ваших доходов, облагаемых НДФЛ, за прошедший год составила 500 000 руб. Из них был уплачен налог: $500\ 000 \times 13\% = 65\ 000$ руб. В тот же год вы сделали пожертвование в размере 200 000 руб. Поскольку сумма вашего пожертвования превышает максимальный налоговый вычет: $500\ 000 \times 25\% = 125\ 000$ руб., вы сможете предъявить к вычету расходы на пожертвование только в сумме 125 000 руб. Таким образом, Вам будет возвращен уплаченный ранее налог: $125\ 000 \times 13\% = 16\ 250$ руб.

Для получения социального налогового вычета на благотворительность, необходимо подготовить следующие документы:

- Заполненную налоговую декларацию 3-НДФЛ. Декларация заполняется по окончании года, в котором производилось перечисление денежных средств на благотворительность. Заполнить декларацию 3-НДФЛ можно с помощью компьютерной программы, бесплатно скачав ее с сайта ФНС России.

- Справку из бухгалтерии по месту работы о суммах начисленных и удержанных налогов за соответствующий год по форме 2-НДФЛ.

- Копии документов, подтверждающих перечисление налогоплательщиком денежных средств на благотворительность, в частности:

- платежное поручение на перечисление пожертвования с отметкой банка об исполнении поручения;

- банковская выписка по счету с указанием операции — если Вы перечислили пожертвование банковским переводом со своего счета или без открытия счета в кассе банка;

- справка организации — работодателя о произведенных перечислениях по заявлению работника, заверенная подписью руководителя и печатью организации — если Вы перечисляли пожертвования из своей заработной платы через бухгалтерию Вашей организации — работодателя;

- электронный чек, если Вы перечислили пожертвование с помощью банковской карты на сайте Фонда или через систему, например, «Телебанк» Банка ВТБ 24 (ПАО).

- Договор пожертвования на формирование/пополнение целевого капитала Фонда управления целевым капиталом «Развитие СПбГУ». В случае если пожертвование было сделано без заключения договора с Фондом, Вы можете распечатать соответствующую форму Договора пожертвования, размещенную на сайте в разделе «Взнос». Обращаем Ваше внимание, что пожертвования, поступившие через каналы ВТБ 24 (ПАО): банкоматы и систему «Телебанк» (за исключением, когда предварительно был подписан договор с жертвователем, предусматривающий иное назначение пожертвования), по умолчанию направляются на пополнение Централизованного целевого капитала на уставные цели СПбГУ.

- Заявление на возврат налога в налоговую инспекцию по месту жительства, с указанием реквизитов Вашего счета для перечисления денежных средств. Образец заявления¹³. Документы необходимо подать лично или отправить по почте в налоговую инспекцию по месту прописки (жительства)¹⁴.

С более полной информацией о получении социального вычета по расходам на благотворительность можно ознакомиться на сайте Федеральной налоговой службы.

¹³ Приказ от 03.03.2015 № ММВ-7-8/90@. Источник: https://www.nalog.ru/m78/about_fts/docs/5563103

¹⁴ ФНС. Корпоративный сайт. Источник: <https://www.nalog.ru/m77>

2.6. Устав образовательной организации

Для того, чтобы пожертвования (перечисления на благотворительность) не считались доходом, образовательная организация должна:

1) иметь в Уставе указание на то, что организация может привлекать пожертвования от физических и юридических лиц («добровольные пожертвования и целевые взносы физических и юридических лиц», «добровольные пожертвования и целевые взносы физических и юридических лиц, в том числе зарубежных»). Как правило, данный пункт включен в раздел «Источники формирования имущества»;

2) иметь запись, вести отдельный учет доходов и расходов организации, в том числе по поступающим пожертвованиям на ее расчетный счет или в кассу.

2.7. Попечительский совет. Родительский комитет

Важно придерживаться единой нормативно-правовой базы (Положение или порядок привлечения пожертвований), регулирующей добровольное пожертвование образовательным организациям.

Попечительский совет должен разработать и утвердить:

«Положение: порядок и условия внесения физическими и юридическими лицами добровольных пожертвований и целевых взносов на нужды дошкольного учреждения и осуществление контроля их расходования» или «Положение о добровольных пожертвованиях».

В этих документах прописывается порядок оформления пожертвования, привлечения и использования пожертвований.

Если у вас разработаны и одобрены подобные документы Попечительским советом или Родительским комитетом, тогда для принятия пожертвований не нужно какого-либо согласия со стороны внешних организаций, в том числе, со стороны учредителя образовательной организации.

Благотворительность в качестве услуги предлагается представителям целевых групп образовательной организации (ОО) с целью привлечения их внимания, участия в процессе пожертвования.

Вопросы для самоконтроля

1. Какой закон регулирует благотворительную деятельность в РФ?
2. Как регулируется благотворительная деятельность в Конституции РФ?
2. Как регулируется благотворительная деятельность в Федеральном законе «О некоммерческих организациях»?
3. Как регулируется благотворительная деятельность в Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации»?
4. Как регулируется благотворительная деятельность в Гражданском кодексе РФ?
5. Как регулируется благотворительная деятельность в Налоговом кодексе РФ?
6. Какие положения Устава образовательной организации регулируют благотворительную деятельность?
7. Как регулируется благотворительная деятельность Попечительским советом / Родительским комитетом образовательной организации?

3. ПРИНЦИПЫ ФАНДРАЙЗИНГА

3.1. Принцип законности пожертвований

3.2. Принцип конфиденциальности и добровольности.

3.3. Принцип гласности и непринуждения к привлечению средств.

Вопросы для самоконтроля.

3.1. Принцип законности пожертвований

Пожертвование имущества должно быть использовано по определенному назначению.

При отсутствии такого условия пожертвование имущества гражданину считается обычным дарением, а в остальных случаях пожертвованное имущество используется одаряемым в соответствии с назначением имущества (ст. 582 ГК РФ).

Надо иметь в виду, что использование пожертвованного имущества не в соответствии с указанным жертвователем назначением или изменение этого назначения с нарушением правил дает право жертвователю, его наследникам или иному правопреемнику требовать отмены пожертвования¹⁵.

В назначении платежа оптимально использование слова «благотворительное пожертвование». Не стоит именовать пожертвование «взносом», «спонсорской помощью», «финансовой помощью».

Это может квалифицироваться как предпринимательская деятельность, выручка.

¹⁵ Использование пожертвованного имущества не в соответствии с указанным жертвователем назначением дает право жертвователю, его наследникам или иному правопреемнику требовать отмены пожертвования. Любой гражданин, передавший организации имущество либо перечисливший финансовые средства, вправе потребовать их возврата если организация использовала полученное по другому назначению, так и организация может потребовать возврата средств, например, полученных на реализацию конкретного проекта, но использованных на иные, не включенные в него мероприятия. Гражданский кодекс РФ (ст. 582).

В случае, если организацией все-таки было получено пожертвование с неправильной формулировкой, то следует обратиться к благотворителю с просьбой предоставить письмо, в котором будет указано: «В платежном поручении на сумму ... № ... от ... назначение платежа указано ошибочно. Правильно назначение платежа: целевое благотворительное пожертвование».

Следует учитывать, что указание в назначении платежа слова «пожертвование» должно быть подкреплено соответствующими действиями по целевому расходованию этих средств, в соответствии с законодательством.

В противном случае сделка будет признана притворной.

Сложившаяся практика привлечения пожертвований позволяет руководителям образовательных организаций заключать договора.

Критерий назначения пожертвований — общепользные цели.

Это главный критерий, который отличает пожертвование от обычного дарения. В законодательстве нет определения «общепользных целей», но в Федеральном законе от 11 августа 1995 г. № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» указаны цели благотворительной деятельности, которые являются общепользными и на которые следует ориентироваться при заключении договора благотворительного пожертвования.

3.2. Принцип конфиденциальности и добровольности

Добровольная помощь, оказываемая образовательным организациям, имеет полное право на свое существование, так как она характеризует желание родителей создать более комфортные условия пребывания детей в школе, в детском саду.

Порядок привлечения пожертвований определяется образовательной организацией самостоятельно, но он не должен противоречить действующему законодательству и подзаконным актам.

Ответственность за целевое использование добровольных пожертвований несет руководитель образовательной организации.

3.3. Принцип гласности и непринуждения к привлечению средств

Образовательная организация вправе получать пожертвования, а родители вправе, но не обязаны, оказывать помощь образовательной организации в любой приемлемой для родителей форме и никаких обязательных имущественных платежей и взносов не может быть. Любое принуждение к сбору средств является незаконным.

Запрещается сбор благотворительных взносов в виде наличных денежных средств работниками организации и вовлечение детей в финансовые отношения между их законными представителями и образовательной организацией (ОО).

На сайтах ОО должны быть приведены документы, регламентирующие благотворительную деятельность.

В последнее время от руководства ОО требуется публиковать отчет о расходовании пожертвований в свой адрес на сайте.

Образовательные организации придерживаются этой практики. Как правило, предварительно, до публикации отчетов (2 раза в год) на сайте, они утверждаются Родительским комитетом или Попечительским советом.

Многие образовательные организации разработали несколько документов, которые позволяют им выполнить нормативы, предусмотренные ГК и Законом о благотворительности.

Многие родители жалуются, пишут жалобы в вышестоящие органы управления образованием, в социальные сети о многочисленных нарушениях со стороны руководства детских садов относительно участия в различных акциях. Это требование сдачи денег на охрану, игрушки, канцтовары, выходить на субботники и т.п.

Спонсорская или благотворительная помощь может выражаться в добровольном безвозмездном личном труде родителей по ремонту школы, оказании помощи в проведении мероприятий и т.п.

Пожертвования физических или юридических лиц могут приниматься в образовательной организации только на добровольной основе. Отказ от внесения добровольных пожертвований не может сопровождаться какими-либо негативными последствиями для детей.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, 28 сентября 2015. Прокуратура пресекла «добровольные» пожертвования в детских образовательных учреждениях Петербурга.

Как сообщили «Росбалту» в пресс-службе ведомства, в Калининском районе была проведена проверка по обращениям граждан о соблюдении требований законодательства о привлечении благотворительной помощи в образовательных организациях района. Оказалось, что закон нарушался в ГБОУ «Средняя общеобразовательная школа № 72 с углубленным изучением немецкого языка» и ГБДОУ «Детский сад № 4».

В школе для родителей учащихся были установлены конкретные размеры «добровольных» пожертвований на охрану за 1-е полугодие 2015 года. Подобные указания на размер «благотворительной» помощи, периодичность ее оказания, а также определение цели ее привлечения свидетельствуют об отсутствии доброй воли с их стороны, а потому противоречат действующему законодательству.

В детском саду № 4 деньги родителей привлекались, минуя лицевой счет образовательной организации, отсутствовали ведомости выдачи материальных ценностей, не велся предметно-количественный учет товарных ценностей.

В адрес руководителей этих учреждений прокурор района внес представления об устранении нарушений закона и недопущению их впредь. Три должностных лица привлечены к дисциплинарной ответственности.

Вопросы для самоконтроля

1. Какие принципы благотворительной деятельности вы можете назвать?
2. Как характеризуется соблюдение принципа законности пожертвований?
3. Как характеризуется соблюдение принципа конфиденциальности и добровольности.
4. Как характеризуется соблюдение принципа гласности и неприкосновенности к привлечению средств?

4. НАРУШЕНИЕ ЗАКОННОСТИ ФАНДРАЙЗИНГА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

- 4.1. Нецелевое использование средств пожертвований.
- 4.2. Нарушение законности и открытости.
- 4.3. Принуждение родителей к платежам.
- 4.4. Навязывание фиксированных сумм пожертвований.
- 4.5. Нарушение принципа добровольности.
- 4.6. Нарушение общедоступности и бесплатности образования.
- 4.7. Можно ли выиграть суд у родителей?

Вопросы для самоконтроля.

4.1. Нецелевое использование средств пожертвований

Образовательная организация вправе получать пожертвования, а родители вправе, но не обязаны, оказывать помощь образовательной организации в любой приемлемой для родителей форме и никаких обязательных имущественных платежей и взносов не может быть. Любое принуждение к сбору средств является незаконным.

Однако добровольная помощь, оказываемая образовательным организациям, имеет полное право на свое существование, так как она характеризует желание родителей создать более комфортные условия пребывания детей в школе, в детском саду

Вот ряд характерных нарушений при привлечении внебюджетных средств, которые являются незаконными и предполагают ответственность руководителя образовательного учреждения:

– нарушение образовательным учреждением принципа добровольности при привлечении средств родителей обучающихся: принудительный сбор денег на ремонт, охрану, на приобретение учебников и др. (письмо Министерства образования РФ от 27 июня 1995 г. № 48-М «О фактах неправомерного взимания денежных средств с родителей обучающихся»);

– принуждение обучающихся, воспитанников и их родителей со стороны администрации образовательного учреждения и учителей к получению платных образовательных и иных услуг (Постановление Правительства РФ от 15.08.2013 № 706 «Об утверждении правил оказания платных образовательных услуг»);

– требование внесения так называемого «вступительного взноса» при приеме ребенка в образовательное учреждение (п.3 ст.5 Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»);

– нарушение должностных инструкций педагогического персонала путем привлечения к сбору благотворительных пожертвований классных руководителей (регламент приема пожертвований, изложенных в ФЗ от 11.08.95 № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях; указание Банка России от 11.03.2014 № 3210-У «О порядке ведения кассовых операций юридическими лицами и упрощенном порядке ведения кассовых операций индивидуальными предпринимателями и субъектами малого предпринимательства»);

– расходование привлеченных средств без согласованной с органами общественного самоуправления сметы доходов и расходов;

– сбор денежных средств наличным путем, без оформления надлежащих кассовых документов (инструктивное письмо от 15 декабря 1998 №57 «О внебюджетных средствах образовательных учреждений» Министерства общего и профессионального образования РФ);

– административное вмешательство со стороны руководителей муниципальных образовательных учреждений в деятельность общественных и благотворительных некоммерческих организаций (фондов), призванных объединять усилия граждан и юридических лиц в деле поддержки образовательных инициатив.

Пример. По требованию прокурора Илишевского района директор школы села Исаметово оштрафован более чем на 20 тысяч рублей. В нарушение законодательства он принудительно собрал со школьников около 50 тысяч рублей на оплату печати текста в аттестатах, ремонт классного кабинета и приобретение мебели. Основанием для внесения представления в адрес директора школы № 11 Нефтекамска

стало принятие им незаконного решения о приобретении родителями первоклассников компьютерных планшетов для организации образовательного процесса.

Прокуроры также выявили нарушения законодательства при использовании благотворительных взносов. В частности, в школе №35 Ленинского района Уфы добровольные пожертвования родителей были потрачены на покупку мебели, кондиционера и другие нужды, которые финансируются из бюджета.

Всего по результатам прокурорских проверок выявлено 331 нарушение закона, в целях их устранения принесено свыше 270 протестов, внесено 55 представлений, 12 лиц привлечены к дисциплинарной ответственности, возбуждено 7 административных дел

4.2. Нарушение законности и открытости

Жалобы родителей. Самыми распространенными на сегодняшний день остаются жалобы на сборы средств на покупку учебников (учебных пособий) и ремонт зданий образовательных организаций.

Покупка учебников для реализации образовательных стандартов осуществляется за счет средств бюджета.

Жалобам на незаконные сборы денежных средств на учебники, должно предшествовать выяснение — на какие учебники (учебные пособия) осуществляется сбор средств.

Если в образовательной организации было принято решение на родительском собрании (по инициативе родителей или учителя-предметника о покупке дополнительных учебных пособий или учебников), которые выходят за рамки школьной программы и являются необходимыми для учебного процесса (особенно это актуально в классах углубленного изучения отдельных предметов, лицейских, гимназических, профильных классах), при этом учебник из федерального перечня учащемуся образовательной организацией предоставлен бесплатно, то при принятом положительном решении родительского комитета (родительским собранием класса и т. д.), которое оформлено протоколом, это не будет считаться нарушением закона.

Если образовательные организации предварительно опубликуют эту информацию на сайте, то можно избежать многих недоразумений.

Что же касается расходов на другие цели:

рабочие тетради и другие пособия не в рамках общеобразовательной программы, финансируемой из бюджета, на экскурсии, кино и другие мероприятия, на оплату дополнительных платных курсов, на питание, то это осуществляется действительно за счет средств родительских средств.

Но в любом случае, эти услуги предоставляются исключительно на добровольной основе, принуждать к этому родителей незаконно.

4.3. Принуждение родителей к платежам

Не допускается принуждение граждан и юридических лиц в каких-либо формах, в частности путем:

внесения записей в дневники, тетради обучающихся, воспитанников, в том числе находящихся в родственных, семейных и приятельских отношениях с жертвователями о необходимости внесения денежных средств и (или) товаров и материалов;

принятия решений родительских собраний, обязывающих внесение денежных средств;

занижения оценок обучающимся, воспитанникам в случае неоказания их родителями (законными представителями) помощи в виде денежных средств и т. д.

Если руководитель образовательной организации (ОО) озаботится о создании нормативно-правовых документов, регулирующих подобные акции, то у родителей, у заведующего ОО проблем станет меньше.

Если таких документов нет, то это нарушение закона.

В финансовых вопросах прозрачность работы образовательной организации — залог успеха.

В качестве наглядности показателен пример одной истории по поводу трактовки использования взносов на ремонт школе: взносы или поборы!?

Закон четко определяет, какие виды расходов могут включаться в эту сумму.

Родители вправе по закону потребовать, чтобы руководство ОО представило документ, где написано, из чего складывается плата. Более того, эти данные должны быть на сайте ОО. В ином случае, родители вправе обратиться в территориальный орган Росособнадзора.

Понятно, что сложно и трудоемко оформлять каждый акт пожертвований, но другого пути избегания конфликтов, движения к правовому государству и обществу нет!

Многие образовательные организации в своих действиях по привлечению благотворительных взносов и разного рода пожертвований получают методическую поддержку в областных, городских и муниципальных районах местной администрации¹⁶.

Поборы в школах — известная проблема: чаще всего родители учеников либо сдают деньги, не желая ввязываться в конфликт, либо решают проблему непосредственно с руководством учебного заведения.

4.4. Навязывание фиксированных сумм пожертвований

Органы прокуратуры Башкортостана выявили многочисленные факты незаконных поборов с родителей учащихся и воспитанников детских садов. Так, в 30 городах и районах прокуроры опротестовали 276 незаконных положений и правил, обязавших родителей оказывать помощь образовательным организациям, в том числе оплачивать ремонтные работы и охрану.

Руководство 47 учебных заведений в нарушение законодательства определяло фиксированные суммы «добровольных» взносов. В частности, в Республиканском политехническом лицее-интернате размер родительской спонсорской помощи устанавливался в размере от 700 до 1000 рублей. Кроме того, граждане должны были платить за ремонт общежития по 250 рублей. По данному факту прокурор города Кумер-

¹⁶ См., например, Методические рекомендации о привлечении и расходовании благотворительных пожертвований и мерах по предупреждению незаконного сбора средств с родителей (законных представителей) обучающихся и воспитанников образовательных организаций Предгорного муниципального района Ставропольского края. Источник: <http://2635.edusite.ru/p88aa1.html>

тау внес представление, в котором потребовал вернуть родителям незаконно собранные денежные средства. В отношении директора лицея возбуждено административное дело по ч. 2 ст. 5.57 КоАП РФ (нарушение прав обучающихся).

4.5. Нарушение принципа добровольности

Прокуратура Куцевского района Краснодарского края проверила соблюдение действующего законодательства в местных школах.

Выяснилось, что в 7 из 28 образовательных учреждений были изданы правовые акты, возлагающие на родительские комитеты немалые обязанности.

В частности, на родительские комитеты были возложены функции и задачи по укреплению хозяйственной и материальной базы, совершенствованию условий для осуществления образовательного процесса, организации безопасных условий осуществления образовательного процесса, выполнения санитарно-гигиенических правил и норм, по привлечению ресурсов путем организации сбора добровольных пожертвований, даров и спонсорских взносов, определению размеров родительских взносов.

Кроме того, устанавливалась обязательность исполнения родителями таких решений родительского комитета.

Специалисты надзорного ведомства с таким положением дел не согласились. Так, в прокуратуре напоминают, что Конституция РФ гарантирует право граждан на получение бесплатного образования в общеобразовательных и дошкольных образовательных учреждениях.

Именно образовательная организация несет ответственность в установленном законодательством РФ порядке за невыполнение или ненадлежащее выполнение функций, отнесенных к ее компетенции, за жизнь и здоровье обучающихся.

Указанными нормами также нарушается принцип добровольности взносов (пожертвований), в связи с чем правовые акты школ подлежат приведению в соответствие с нормами действующего законодательства — уточняют в прокуратуре. По результатам проверки

прокуратура района опротестовала противоречащие закону правовые акты¹⁷.

4.6. Нарушение общедоступности и бесплатности образования

В отношении директора было возбуждено дело об административном правонарушении. Родители одной из школ в Саратовской области обратились в прокуратуру с просьбой проверить соблюдение законодательства на получение общедоступного и бесплатного образования.

Выяснилось, что в сентябре состоялось родительское собрание, на котором сотрудники школы инициировали ежемесячный сбор денежных средств с родителей.

Так, в фонд школы было предложено сдавать 300 рублей с человека,

в фонд класса — 150 рублей,

на охрану школы — 100 рублей,

на оплату труда технического персонала — 30 рублей, которые использовались для материально-технического обеспечения и оснащения образовательной деятельности.

Учет собранных средств сотрудниками образовательной организации не производился.

При этом, отмечают в прокуратуре, указанным образовательным учреждением уже был заключен договор с частной охранной организацией, которая оказывает услуги по охране школы, и оплата услуг происходит за счет бюджетных средств города.

Несмотря на наличие договора, школой заключен дополнительный договор по охране, оплата которого осуществлялась за счет собранных ежемесячно родительских средств.

«Установление фиксированных сумм пожертвований на нужды школы нарушает принцип добровольности благотворительной помощи

¹⁷ prokuratura-krasnodar.ru

и право на получение общедоступного и бесплатного образования», — подытожили в надзорном ведомстве.

По результатам проверки в отношении директора школы было вынесено постановление о возбуждении дела об административном правонарушении и назначен штраф в размере 30 тысяч рублей¹⁸.

Прокуратура провела проверку в одной из общеобразовательных школ Курганской области в связи с обращением местной жительницы. И выяснила, что родителей школьников принуждали сдавать «добровольные пожертвования» на ремонт школы.

«Данные действия являются незаконными, поскольку любые пожертвования (благотворительные взносы) осуществляются только на добровольной основе целевым назначением на расчетный счет образовательной организации» — сообщает пресс-служба прокуратуры Курганской области.

Директор школы и учитель, обязавшие родителей сдавать денежные средства, привлечены к дисциплинарной ответственности¹⁹.

Но, если вы соблюдали принципы благотворительности, зафиксированные в законах и кодексе, а именно:

- добровольность взносов;
- запись о пожертвованиях в Уставе образовательной организации;
- наличие учета расходования средств;
- не навязывание родительскому комитету и родителям фиксированных сумм взносов;
- целевое использование взносов — то даже Верховный суд встанет на вашу защиту.

¹⁸ Директора одной из саратовских школ оштрафовали за поборы с родителей (Учительская газета. Источник: sargrok.ru)

¹⁹ Прокуратура наказала учителя за сбор «добровольных пожертвований». Источник: uga.ru

4.7. Можно ли выиграть суд у родителей?

Пример.

Однажды «дело о благотворительных взносах» дошло до Верховного суда РФ. Жалобу туда подала директор школы, которую оштрафовали за нарушение принципа бесплатности и доступности образования. Осенью 2014 года родители учеников средней школы № 3 города Алатырь Чувашской Республики анонимно обратились в городскую прокуратуру. Они пожаловались, что с них периодически собирают денежные средства на ремонт и содержание помещений образовательного учреждения. Результаты прокурорской проверки подтвердили эту информацию: в 2012–2013 учебном году деньги на ремонт классов сдали родители 442 учащихся, в 2013–2014 годах классные руководители собрали средства на те же цели и ремонт помещений общего пользования с семей 411 учеников (суммы вымараны). Все средства были переданы в попечительский совет и действительно потрачены на проведение ремонтных работ. Однако проверяющие посчитали, что под видом благотворительной деятельности школа осуществляет денежные сборы с родителей, нарушая тем самым принцип доступности и бесплатности образования.

24 декабря 2014 года алатырский прокурор возбудил в отношении директора Марины Клементьевой производство по делу об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 5.57 КоАП РФ (нарушение или незаконное ограничение права на образование).

И. о. мирового судьи судебного участка № 1 признал ее виновной в совершении нарушения и оштрафовал на 30 000 руб.

Районный суд утвердил вынесенное постановление.

Позже с судами нижестоящих инстанций согласилась и кассация. Клементьева, отстаивая свои права, дошла до Верховного суда РФ.

Ее жалобу рассмотрел судья Коллегии по административным делам.

Почему взносы посчитали поборами?

Признавая Клементьеву виновной, суды нижестоящих инстанций исходили из того, что пожертвования были направлены не на цели, указанные в п. 1 ст. 2 закона о благотворительной деятельности и благотворительных организациях, а на содержание и ремонт помещений школы, обустройство прилегающих к ней территорий.

По закону за это должен отвечать муниципалитет, но школа фактически переложила его обязанности на родителей учеников, «чем не соблюдается принцип доступности и бесплатности образования при оказании образовательных услуг».

Однако Верховный суд посчитал этот вывод ошибочным. В п. 4.1 устава школы сказано, что источником формирования ее имущества и финансовых ресурсов могут быть не только городская казна и внебюджетные средства, но и «средства добровольных пожертвований и целевых взносов юридических и физических лиц».

Кроме того, руководством школы издан приказ, регулирующий порядок приема пожертвований. В частности, там указано, что такие взносы должны быть сделаны исключительно на добровольной основе, а согласие на оказание помощи благотворители подтверждают, заключая договор о пожертвовании.

Привлечением дополнительных ресурсов, согласно уставу учебного заведения, занимается не администрация школы, а попечительский совет, состоящий из родителей учеников.

Он же следит за тем, на что тратятся пожертвованные средства, а после отчитывается перед общешкольным родительским собранием.

В материалах дела есть такие финансовые отчеты за предшествующие годы с подробной информацией о поступлении и расходовании средств, которые, по мнению суда, доказывают, что деньги были направлены «на улучшение условий для получения обучающимися образования».

Эти и иные документы «свидетельствуют о том, что денежные средства поступают в попечительский совет, поступление и расходование денежных средств полностью контролируется попечительским советом», — указал в своем постановлении ВС.

Доказанным ВС посчитал и добровольность взносов. «Норм, запрещающих образовательным учреждениям получать такие пожертвования, законодательство об образовании не содержит. При этом в соответствии с п. 2 ст. 582 ГК РФ на принятие пожертвования не требуется чье-либо согласия или разрешения», — указал он.

Не нашел суд в материалах дела и доказательств ограничения прав учащихся, родители которых не захотели финансово помочь школе.

В результате Верховный суд отменил акты предыдущих инстанций и прекратил производство по делу, руководствуясь п. 4 ч. 2 ст. 30.17 КоАП РФ (недоказанность обстоятельств, на основании которых были вынесены судебные акты)²⁰.

Итак, нарушаются принципы 582 ст. ГК РФ и практика применения и учета благотворительных взносов:

- добровольность взносов;
- наличие или отсутствие в Уставе школы записи о добровольных взносах с указанием направлений расходования — нужды школы;
- неправомерность требования фиксированных сумм взносов с родителей;
- нецелевое использование пожертвований;
- отсутствие учета расходования пожертвований.

Вопросы для самоконтроля

1. Какие деяния относятся к нарушению законности благотворительной деятельности в образовательных организациях?
2. Что относится к нецелевому использованию средств пожертвований?
3. Какие действия можно отнести к нарушению законности и открытости?

²⁰ Источник: Пожертвования не выборы: ВС разрешил школам брать деньги на ремонт с родителей учеников <http://pravo.ru/story/view/125317>

4. Какие действия можно назвать принуждением родителей к платежам?

5. Какие действия могут быть отнесены к навязыванию фиксированных сумм пожертвований?

6. Какие действия можно назвать нарушением принципа добровольности?

7. Какие действия можно назвать нарушением общедоступности и бесплатности образования?

8. В каких случаях можно выиграть суд у родителей?

5. ПРАВОВОЙ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- 5.1. Организация и управление благотворительной деятельностью.
- 5.2. Порядок привлечения добровольных пожертвований.
- 5.3. Создание пакета документов.
- 5.4. Алгоритм создания Попечительского совета.
- 5.5. Порядок формирования и передачи пожертвований.
- 5.6. Роль руководителя образовательной организации.
- 5.7. Формирование и работа штаба/команды образовательной организации по привлечению пожертвований.

Вопросы для самоконтроля.

5.1. Организация и управление благотворительной деятельностью

В первую очередь, учебное заведение совместно со своим попечительским советом (если таковой имеется) выступает инициатором получения пожертвований.

Процесс формирования и передачи пожертвований включает несколько этапов:

1. Сбор уполномоченным жертвователем от индивидуальных жертвователей имущества (денег и пр.) для передачи его образовательной организации с оформлением согласия индивидуального жертвователя.
2. Юридическое оформление: Положение, договор, акт купли-продажи. Отчет на сайте
3. Непосредственно передача имущества (денег) по договору пожертвования, например, для уставных целей образовательной организации, для функционирования учреждения и пр. нужды.
4. Оформление и использование по назначению пожертвований в ОО в рамках обособленного учета пожертвований.

5. Отчет бухгалтера об обороте пожертвования в рамках обособленного учета.

Для принятия пожертвований у руководителя должны быть указанные документы, которые прошли согласование с бухгалтером и Советами образовательной организации.

5.2. Порядок привлечения добровольных пожертвований

Сбор уполномоченным жертвователем от индивидуальных жертвователей имущества (денег и пр.) для передачи образовательной организации с оформлением согласия индивидуального жертвователя.

Администрация образовательной организации в лице уполномоченных работников вправе обратиться за оказанием благотворительных пожертвований как в устной (на родительском собрании), так и в письменной форме (в виде объявления, письма) форме с информацией о цели привлечения помощи (осуществление ремонта, укрепление материальной базы, проведение мероприятий и т. д.).

5.3. Создание пакета документов

Цели пожертвований и привлечение добровольных средств должны быть прописаны в соответствующих документах.

В разговорах с руководителями, прежде всего, возникает вопрос: есть ли в образовательной организации Попечительский Совет (ПС)?

Как правило, если есть, то только на бумаге.

Самое важное в том, что для ПС должна быть создана хотя бы элементарная правовая база, где отражаются полностью все аспекты его работы.

Руководитель, директор должен озаботиться и в первую очередь о правильном оформлении Устава Попечительского Совета, где должны быть прописаны цели привлечения дополнительных средств.

Например, ОО имеет право привлекать дополнительные финансовые средства, в т. ч. денежные, за счет добровольных пожертвований и целевых взносов физических и (или) юридических лиц.

Указывают, что пожертвования за счет целевых взносов, стараясь подчеркнуть адресность взносов.

Если в Уставе есть запись, соответствующая ст. 582 ГКРФ.

Далее речь должна идти о создании общественных советов по привлечению благотворительных средств.

В Уставе образовательной организации следует указать, что источником формирования ее имущества и финансовых ресурсов могут быть не только городская казна и внебюджетные средства, но и «средства добровольных пожертвований и целевых взносов юридических и физических лиц».

Кроме того, руководством ОО издается приказ, регулирующий порядок приема пожертвований. В частности, указывается, что такие взносы должны быть сделаны исключительно на добровольной основе, а согласие на оказание помощи благотворители подтверждают, заключая договор о пожертвовании.

Важным документом, регулирующим порядок привлечения и расходования всех, без исключения, внебюджетных средств является положение о порядке формирования и расходования внебюджетных средств в образовательной организации.

См. Приложение № 10. Положение о порядке формирования и расходования внебюджетных средств в муниципальном бюджетном дошкольном образовательном учреждении

Привлечением дополнительных ресурсов, согласно уставу учебного заведения, занимается не администрация школы, а Попечительский совет, состоящий из родителей учеников.

Он же следит за тем, на что тратятся пожертвованные средства, а после отчитывается перед общешкольным родительским собранием.

Обратите внимание — нужды класса или школы (детского сада и т.д.) не могут быть целью благотворительности, на которые привлекаются пожертвования.

5.4. Алгоритм создания Попечительского совета

Собрать людей, с которыми можно будет найти общий язык (наверное, самая трудная задача). Провести учредительное собрание.

Оформить протокол учредительного собрания.

Пример оформления учредительного собрания попечительского совета см. ниже.

Протокол учредительного собрания попечительского совета

(наименование государственного образовательного учреждения)

г. Москва

«__»__200__г.

Присутствовали: _____

Родители в кол-ве «__» чел. Протокол на «__» страницах, «__» листах.

Повестка дня:

1. Создание попечительского совета.
 2. Утверждение Положения о попечительском совете
-

(наименование образовательного учреждения)

3. Избрание членов ПС.

4. Избрание председателя.

Слушали:

1. О создании попечительского совета.

Постановили:

- 1.1. Создать попечительский совет
-

(наименование образовательного учреждения)

как форму самоуправления образовательного учреждения.

Голосовали: «За» — единогласно.

Слушали:

2. Об утверждении Положения о попечительском совете

(наименование образовательного учреждения)

Постановили:

- 2.1. Утвердить Положение о попечительском совете
-

(наименование образовательного учреждения)

Голосовали: «За» — единогласно.

Слушали:

3. Об избрании членов ПС.

Постановили:

3.1. Избрать попечительский совет в составе __ чел.

Персональный состав:

№	ФИО	Паспорт		Индекс и адрес	Дата рож- дения
		Серия, но- мер	Кем и когда выдан		
1					

Голосовали: «За» — единогласно.

Слушали:

4. Об избрании председателя.

Постановили:

4.1. Избрать председателем попечительского совета

(ФИО)

Голосовали: «За» — единогласно.

Подписи присутствующих.

На учредительном собрании утвердить Положение о попечительском совете (ПС).

Положение о Попечительском совете должно включать несколько принципиальных положений:

1. Определить статус ПС. Это не юридическое лицо, а орган самоуправления.
2. Порядок выборов в ПС отражен в Положении об общем собрании образовательно организации.
3. Порядок определения состава ПС.
4. Цели и задачи ПС.
5. Источники формирования средств ПС.
6. Права и обязанности членов ПС.
7. Управление ПС.
8. Полномочия председателя и членов правления ПС.
9. Порядок реорганизации и ликвидации ПС.

Ниже приводится примерное положение о деятельности попечительского совета.

Положение о попечительском совете

1. Общие положения.

1.1. Попечительский совет (ПС) в соответствии с п. 2 статьи 35 закона РФ «Об образовании» является формой самоуправления образовательного учреждения.

1.2. Порядок выборов в него определяется уставом школы (пункт, в котором говорится о том, кто выбирает этот орган, — общее собрание ОО или Совет ОО).

1.3. Попечительский совет не является юридическим лицом.

1.4. В его состав могут входить родители учащихся, представители исполнительной власти, общественных благотворительных организаций, фондов, сотрудники школы и иные лица, заинтересованные в совершенствовании деятельности и развитии образовательного учреждения.

1.5. Осуществление членами ПС своих функций производится на безвозмездной основе.

1.6. Решения данного органа по вопросам вне его исключительной компетенции носят рекомендательный характер.

2. Цели и задачи попечительского совета.

2.1. Основная цель — содействие в совершенствовании деятельности и развития образовательного учреждения.

2.2. Основные задачи. Содействие:
привлечению внебюджетных средств для обеспечения деятельности и развития ОО;
организации и улучшению условий труда педагогических и других работников школы;

организации конкурсов, соревнований и прочих массовых внешкольных мероприятий ОО;

совершенствованию материально-технической базы ОО, благоустройству его помещений и территории.

3. Средства попечительского совета.

3.1. Формируются за счет:

взносов целевого назначения на осуществление проектов и программ ПС;

поступлений от мероприятий, проводимых самим органом или другими организациями, предприятиями и учреждениями в пользу ПС; иных поступлений;

средств, переданных в дар ПС, пожертвований в различной форме.

3.2. Средства попечительского совета расходуются в соответствии с его целями и задачами.

3.3. Об использовании финансовых средств правление органа информирует общее собрание ОО.

3.4. Сведения о размере и структуре средств, привлеченных ПС на нужды образовательного учреждения, а также об их расходовании, не могут являться коммерческой тайной.

4. Члены попечительского совета.

4.1. Членами ПС имеют право быть родители учащихся, представители предприятий, учреждений, организаций, органов исполнительной власти, а также другие участники образовательного процесса.

4.2. Прием в члены попечительского совета осуществляется на его общем собрании.

4.3. Права и обязанности членов ПС. Члены ПС:

могут представлять интересы образовательного учреждения в органах государственной власти, органах местного самоуправления, средствах массовой информации, других организациях (в том числе международных);

не вправе вмешиваться в текущую оперативно-распорядительную деятельность администрации школы;

вправе выйти из числа членов ПС по собственному желанию.

5. Управление попечительским советом.

5.1. Общее собрание ПС — высший орган управления, правомочный принимать решения по всем вопросам его деятельности. Проводится 1 раз в год.

5.2. Правление — орган, руководящий деятельностью ПС в период между общими собраниями. Избирается сроком на 3 года.

5.3. Председатель избирается на общем собрании сроком на 3 года.

5.4. Председатель и правление ПС:

определяют приоритетность проектов и программ попечительского совета;

утверждают годовые отчеты, сметы расходов, ежегодные отчеты председателя;

заседания проводят по мере необходимости;

свои функции осуществляют на безвозмездной основе.

6. Ликвидация и реорганизация попечительского совета.

6.1. Может производиться по решению общего собрания ПС либо общего собрания школы²¹.

В первую очередь, учебное заведение совместно со своим попечительским советом (если таковой имеется) выступает инициатором получения пожертвований.

Самый сложный этап — организация благотворительной деятельности с помощью попечительского совета.

Грамотную, легальную благотворительную деятельность лучше всего начинать с аудита Устава и создания ПС либо его «реанимирования», правильного оформления работы Попечительского совета.

Особо хотелось бы заострить внимание на следующем аспекте: независимо от того, какими путями будут двигаться благотворительные пожертвования, сотруднику, который будет заниматься организацией ПС, требуются, по меньшей мере, элементарные экономические и правовые знания.

Вот еще один пример Положения о попечительском совете, где четко прописаны статусные категории людей и представителей внешних организаций, которые могут входить в состав попечительского совета.

***Положение о попечительском совете ГБОУ СПО
«Брянский строительный колледж имени профессора
Н. Е. Жуковского»***

²¹ <http://www.bstex.ru/index.php/polozhenie-o-tsentre-povysheniya-kvalifikatsii-6>

1. Попечительский совет является одной из форм самоуправления образовательного учреждения (Закон РФ «Об образовании» от 13.10.96 статья 35, пункт 2).

Попечительский совет не является юридическим лицом.

2. Основной целью деятельности попечительского совета является содействие в установлении длительных партнерских отношений образовательного учреждения и производства, деле совершенствования учебно-материальной базы колледжа, воспитания и обучения студентов.

3. Основными задачами попечительского совета являются:

— участие в совершенствовании содержания образовательных программ и организации образовательного процесса;

— содействие материально-техническому обеспечению колледжа (благоустройству, ремонту, приобретению оборудования, инвентаря);

— оказывает помощь в организации и проведении конкурсов, спортивно-оздоровительной работы и других массовых мероприятий среди студентов и преподавателей;

— оказывает содействие администрации колледжа в организации и проведении производственных практик для студентов на предприятиях, в трудоустройстве выпускников колледжа;

— оказывает помощь ветеранам колледжа.

4. Членами попечительского совета могут являться:

— представители учредителя, федеральных органов государственной власти;

— представители общественных организаций;

— родители обучающихся;

— выпускники колледжа;

— руководители предприятий;

— другие физические лица.

5. Деятельность членов попечительского совета осуществляется на безвозмездной основе.

6. Попечительский совет действует на основе следующих принципов:

— добровольности членов;

— равноправия членов попечительского совета;

— гласности.

7. Члены попечительского совета на первом заседании избирают из своего состава:

— председателя совета;

— заместителя совета;

— секретаря совета.

8. Председатель попечительского совета координирует деятельность совета с директором и администрацией колледжа.

9. Попечительский совет не вправе вмешиваться в деятельность учебного заведения. Решения попечительского совета по вопросам вне его исполнительной компетенции носят рекомендательный и консультативный характер.

10. Попечительский совет представляет интересы колледжа, а также интересы организаций, представители которых входят в состав попечительского совета в органах государственной власти, органах местного самоуправления, средствах массовой информации.

11. Особо отличившиеся своей деятельностью члены попечительского совета могут быть представлены к различным формам морального и материального поощрения²².

В положении о ПС должно говориться, что граждане и юридические лица вправе осуществлять благотворительную деятельность (индивидуально или объединившись).

Здесь важно соблюсти процедуру создания ПС.

Необходимо, как отмечалось, иметь протокол собрания.

Внимательно отнестись к выбору председателя ПС.

Разработать программу мероприятий для использования дополнительных денежных и материальных ресурсов.

Утвердить ее на заседании ПС и потом на общем родительском собрании, совете.

Цели пожертвований и привлечение добровольных средств должны быть отражены в документах!

²² <http://www.bstex.ru/index.php/polozhenie-o-tsentre-povysheniya-kvalifikatsii-6>

5.5. Порядок формирования и передачи пожертвований

Руководством образовательной организации должен быть издан приказ, регулирующий порядок приема пожертвований. В частности, в нем необходимо указать, что такие взносы должны быть сделаны исключительно на добровольной основе, а согласие на оказание помощи благотворители подтверждают, заключая договор о пожертвовании.

Привлечением дополнительных ресурсов, согласно уставу учебного заведения, занимается не администрация школы, а Попечительский совет, состоящий из родителей учеников.

Он же следит за тем, на что тратятся пожертвованные средства, а после отчитывается перед общешкольным родительским собранием.

Добровольные пожертвования могут быть переданы образовательной организации в наличной форме, по безналичному расчету, в натуральном виде, в форме передачи объектов интеллектуальной собственности, с обязательным отражением в учетных регистрах.

Передача денег в наличной форме осуществляется в соответствии с письменным заявлением лица, передающего средства. При передаче денежных взносов по безналичному расчету в платежном документе должно быть указано целевое назначение взноса.

Добровольные пожертвования предприятий, организаций и учреждений, денежная помощь родителей вносятся через учреждения банков, бухгалтерию учреждения, централизованную бухгалтерию органа управления образованием и должны учитываться на текущем счете по специальным средствам с указанием целевого назначения взноса.

Не допускается использование добровольных пожертвований образовательной организацией на цели, не соответствующие уставной деятельности и не в соответствии с пожеланием лица, совершившего пожертвование.

Ответственность за целевое использование добровольных пожертвований несет руководитель образовательной организации.

Для юридического оформления благих стремлений родителей, других внешних дарителей, жертвователей необходимо иметь соответствующие документы: договор о пожертвовании, договор дарения.

Договор о пожертвовании образовательной организации составляется с учетом п. 2 ст. 9 Федерального закона от 21 ноября 1996 г. № 129-ФЗ «О бухгалтерском учете» с указанием:

- наименования документа;
- даты составления документа;
- наименования организации (физического лица), от имени которой составлен документ;
- содержания хозяйственной операции;
- измерителей хозяйственной операции в натуральном и денежном выражении;
- наименования должностей лиц, ответственных за совершение хозяйственной операции и правильности ее оформления; личных подписей указанных лиц.

Именно в договоре благотворитель должен указать цели направляемой безвозмездной помощи в адрес благополучателя (ОО).

См. Приложение № 11.

Следует иметь в виду, что образовательная организация не вправе расходовать добровольные пожертвования напрямую из кассы, пожертвования должны быть перечислены на счет организации.

Законодательство не требует обязательного заключения договора при получении любого пожертвования.

У граждан, желающих оказать помощь образовательной организации, имеется выбор — перечислить денежные средства напрямую на счет организации (реквизиты размещены на стендах и сайтах образовательных организаций), передать денежные средства представителю фонда или в кассу организации.

ГК РФ называет такие сделки односторонними и не обязывает оформлять их в письменном виде.

Действующим законодательством допускается заключение договора дарения в устной форме.

Например, путем вручения непосредственно вещи или правоустанавливающих документов на вещь.

В случае если образовательной организации передается какое — либо имущество (кроме денежных средств) возможно заключения договора дарения, имущество приходится и ставится на баланс учреждения.

В любом случае образовательная организация ведет отдельный учет поступивших пожертвований.

Но в своей деятельности образовательной организации сталкиваются с необходимостью доказывания, что передача имущества действительно является пожертвованием.

Это связано с тем, что при проверке деятельности ОО, проверяющие органы могут затребовать документы о передаче благотворительного пожертвования и документы, свидетельствующие о целевом использовании полученных (выполненных, оказанных) в рамках благотворительной деятельности товаров (работ, услуг).

Поэтому в письменной форме в договорах должны быть указаны:

- стороны договора,
- общепользная цель пожертвования,
- назначение пожертвования,
- безвозмездность пожертвования,
- прочие условия.

ДОГОВОР ДАРЕНИЯ

город ... «__» _____ 20__ года
«ОО», именуемая в дальнейшем «Одаряемый», в лице заведующей Ивановой Марии Ивановны, действующей на основании Устава, с одной стороны, и _____, именуемый в дальнейшем «Даритель», с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем.

1. Предмет договора

В соответствии с настоящим договором Даритель передает Одаряемому в безвозмездное владение и пользование следующее имущество:

_____, которое будет использовано на нужды «ОО».

1.3. Передача имущества оформляется путем подписания акта приема-передачи. Имущество считается переданным с момента подписания указанного акта и фактической передачи.

1.4. Указанное имущество не является предметом залога и не может быть отчуждено по иным основаниям третьими лицами, в споре и под арестом не состоит.

2. Обязанности и права сторон.

2.1. Даритель обязуется:

1. Своевременно передать Одаряемому имущество в состоянии, позволяющем его беспрепятственное использование по прямому назначению.

2. Принять по Акту имущество при прекращении срока действия настоящего договора.

2.2. Одаряемый обязуется:

1. Использовать имущество в соответствии с условиями Договора и назначением имущества.

2. Содержать принятое в пользование имущество в сохранности, в исправном состоянии.

3. Сроки исполнения обязательств

3.1. Указанное в Договоре имущество должно быть передано Одаряемому по акту приема-передачи не позднее _____ дней с момента подписания настоящего договора.

3.2. Имущество передается в бессрочное пользование.

4. Действие непреодолимой силы

4.1. Ни одна из сторон не несет ответственности перед другой стороной за выполнение обязательств по настоящему Договору, обусловленное обстоятельствами, возникшими помимо воли и желания сторон и которые нельзя предвидеть или избежать.

4.2. Сторона, которая не исполняет своего обязательства, должна дать извещение другой стороне о препятствии и его влиянии на исполнение обязательств по Договору.

5. Порядок разрешения споров

5.1. Все споры или иные разногласия, возникающие между сторонами по настоящему Договору или в связи с ним, разрешаются путем переговоров между сторонами.

6. Порядок изменения и дополнения Договора

6.1. Любые изменения и дополнения к настоящему Договору имеют силу только в том случае, если они оформлены в письменном виде и подписаны обеими сторонами.

6.2. Досрочное расторжение Договора может иметь место по соглашению сторон.

7. Прочие условия

7.1. Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, по одному экземпляру для каждой из сторон.

8. Подписи и реквизиты сторон

Одаряемый

Муниципальное бюджетное
«ОО»

Адрес:

Банковские реквизиты:

Заведующий ОО

_____ М.И. Иванова

Даритель

Законодательство не требует обязательного заключения договора при получении любого пожертвования.

Гражданский кодекс называет такие сделки односторонними и не обязывает оформлять их в письменном виде.

Обязательная письменная форма договора предусмотрена в следующих случаях (ст. 574 ГК РФ):

- дарителем является юридическое лицо и стоимость дара превышает три тысячи рублей;
- договор содержит обещание дарения в будущем.

Рекомендуется всегда заключать договор в письменной форме.

Даже, если по инициативе родителя, группы родителей есть желание сделать денежные взносы, подарки, в том числе натуральном виде, иные средства, руководствуясь нормами действующего законодательства, эти средства следует квалифицировать (в договоре указывать) как пожертвование.

Напомним, что согласно ч. 1-3 ст. 582 ГК РФ: пожертвование — это дарение вещи (денег, имущества и пр.) или права в общепользовательных целях, которое может делаться образовательным учреждениям (ОО) в соответствии с законом; на принятие пожертвования не требуется чье-либо разрешения или согласия.

В Положении говорится, что добровольные пожертвования оформляются в соответствии с действующим законодательством на основании заключенного Договора пожертвования. Добровольные пожертвования физических лиц, в том числе родителей (законных представителей), в виде денежных средств перечисляются на расчетный счет Учреждения. Добровольные пожертвования в виде денежных средств юридических лиц перечисляются на расчетный счет Учреждения. Иное пожертвованное имущество оформляется в обязательном порядке актом приема-передачи и ставится на баланс Учреждения в соответствии с действующим законодательством РФ.

АКТ ПРИЕМКИ-СДАЧИ

г. _____ «___» _____ 20__ г.

Мы, нижеподписавшиеся заведующий ОО «...», с одной стороны, и _____ с другой стороны, настоящим актом удостоверяем, что в ОО «...», действительно передано нижепоименованное имущество:

1. _____ — _____ шт.
в технически исправном и действующем состоянии.

2. _____ — _____ шт.
стоимостью _____ (_____) руб.;
в технически исправном и действующем состоянии.

Передал

Принял

_____/М.И. Иванова./
(подпись) (расшифровка подписи) (подпись) (расшифровка подписи)

«___» _____ 20__ г. «___» _____ 20__ г.
М.П.

Денежные средства могут перечисляться жертвователем непосредственно на счет образовательной организации или быть преданы наличными в кассу учреждения на основании квитанции. Правильно, если гражданин оформит свое пожертвование документально, посредством заявления. В некоторых положениях о привлечении внебюджетных средств говорится, что решение о внесении целевых взносов Учреждению принимаются физическими и (или) юридическими лицами самостоятельно, с указанием цели реализации средств, а также по предварительному письменному обращению Учреждения об оказании благотворительной помощи к указанным лицам. См. Приложение № 3. Заявление гражданина о пожертвовании.

Целевые взносы на основании письменного заявления физических лиц, в том числе законных представителей, вносятся на расчетный счет Учреждения. Если цель пожертвования не указана, то данные средства используются на ведение уставной деятельности Учреждения. Бухгалтерский учет целевых взносов осуществляется в соответствии с Инструкцией по бюджетному учету. Доход, полученный от всех видов внебюджетной деятельности за выполненные работы и услуги, а также благотворительные и спонсорские взносы, поступают:

- в денежной форме — на расчетный счет;
- в виде материальных ценностей — путем постановки их на баланс.

Основным документом, определяющим объемы поступлений внебюджетных средств с указанием источников образования и направлений использования этих средств, является смета доходов и расходов по внебюджетным средствам. ОО самостоятельно разрабатывает смету внебюджетных средств.

В доходную часть сметы включаются суммы доходов на планируемый год, а также остатки внебюджетных средств на начало года, которые включают остатки денежных средств, а также предусмотренное нормативными актами перераспределение доходов.

Расходы рассчитываются исходя из действующих норм, применяя прогнозируемые тарифы и цены, а в их отсутствии — согласно средним расходам на базе отчетных данных.

В расходную часть калькуляции включаются суммы расходов:

Код статьи	Наименование статьи	Стоимость услуги, руб.
220	Приобретение работ, услуг в т.ч.:	
226	Заработная плата педагога	
226	Заработная плата администрации	
226	Заработная плата бухгалтера	
226	Заработная плата обслуживающего персонала	
226	Начисления на заработную плату	
223	Коммунальные услуги	
225	Содержание имущества	
290	Прочие расходы	
300	Расходы по приобретению нефинансовых активов в т.ч.	
310	Увеличение стоимости основных средств	
340	Увеличение стоимости материальных запасов	

Сумма расходов в смете не должна превышать суммы доходной части сметы.

В случае, когда доходы превышают расходы вследствие того, что эти доходы поступают в текущем бюджетном году для осуществления расходов в следующем бюджетном году, это превышение отражается в смете как остаток на конец года.

К проекту сметы прилагаются:

а) нормативные акты, соглашения и т.д., которые регламентируют формирование и использование внебюджетных средств,

б) расчеты источников доходов по соответствующим видам внебюджетных средств;

в) расчеты по расходам по каждой статье.

Проект сметы доходов и расходов внебюджетных средств на предстоящий финансовый год директор ОО представляет на согласование Попечительскому совету и отчитывается поквартально о расходовании внебюджетных средств.

Попечительский совет рассматривает представленный проект сметы в следующих аспектах:

— законность образования внебюджетных средств;

— полнота и правильность расчета доходов по видам внебюджетных средств;

— обоснованность расходов.

Наличие в ОО внебюджетных средств для выполнения своих функций не влечет за собой снижения нормативов и (или) абсолютных размеров его финансирования за счет средств учредителя.

Доходы, поступившие в течение года, дополнительно к суммам, предусмотренным в смете, могут быть использованы лишь после осуществления в установленном порядке соответствующих изменений в калькуляции.

Распорядители внебюджетных средств — директор и Попечительский совет ОО имеют право вносить изменения в утвержденных в соответствии с настоящим Положением сметах, в зависимости от уровня поступления доходов, текущих потребностей или согласно другим обстоятельствам, составляя справки об изменении сметы доходов и расходов по установленным формам.

Любая образовательная организация должна вести отдельный учет и готовить отчетность о благотворительных взносах. Отчет о расходовании пожертвований должен размещаться на сайте организации.

См. Приложение № 12.

5.6. Роль руководителя образовательной организации

Руководитель образовательной организации издает приказ, регулирующий порядок приема пожертвований на основании Положения о порядке формирования и расходования внебюджетных средств в ОО.

В частности, указывается, что такие добровольные взносы должны быть сделаны исключительно на добровольной основе, а согласие на оказание помощи благотворители подтверждают, заключая договор о пожертвовании.

Важным документом, регулирующим порядок привлечения и расходование всех, без исключения внебюджетных средств, является По-

ложение о порядке формирования и расходования внебюджетных средств в образовательной организации.

Руководитель Учреждения несет персональную ответственность за деятельность по привлечению и расходованию внебюджетных средств.

Руководитель, директор должен озаботиться и в первую очередь о правильном оформлении Устава образовательной организации, где должны быть прописаны цели привлечения дополнительных средств.

Руководитель Учреждения организует учет добровольных пожертвований и своевременное документальное оформление.

Учет добровольных пожертвований ведется в соответствии с Инструкцией по бюджетному учету.

Несколько примеров нарушений при привлечении внебюджетных средств.

В одной из ОО для родителей учащихся были установлены конкретные размеры «добровольных» пожертвований на охрану за полугодие. Подобные указания на размер «благотворительной» помощи, периодичность ее оказания, а также определение цели ее привлечения свидетельствуют об отсутствии доброй воли жертвователей, а потому противоречат действующему законодательству. Деньги родителей привлекались, минуя лицевой счет образовательной организации, отсутствовали ведомости выдачи материальных ценностей, не велся предметно-количественный учет товарных ценностей. В адрес руководителей этих учреждений прокуратура внесла представления об устранении нарушений закона и недопущению их впредь. Три должностных лица привлечены к дисциплинарной ответственности.

Вот еще ряд характерных нарушений при привлечении внебюджетных средств, которые являются незаконными и предполагают ответственность руководителя образовательного учреждения:

– нарушение образовательным учреждением принципа добровольности при привлечении средств родителей обучающихся: принудительный сбор денег на ремонт, охрану, на приобретение учебников и др.²³

²³ См.: Письмо Министерства образования РФ от 27.06.1995 № 48-М «О фактах неправомерного взимания денежных средств с родителей обучающихся».

Эти цели расходования включены в бюджетные ассигнования и не прописаны в Положении и распоряжениях, отчетах руководителя.

– требование внесения так называемого «вступительного взноса» при приеме учащегося в образовательное учреждение. Это особенно характерно для ДОУ и школ²⁴.

– нарушение должностных инструкций педагогического персонала путем привлечения к сбору благотворительных пожертвований классных руководителей²⁵;

– расходование привлеченных средств без согласованной с органами общественного самоуправления сметы доходов и расходов (читай, Попечительским советом);

– сбор денежных средств наличным путем, без оформления надлежащих кассовых документов²⁶;

– административное вмешательство со стороны руководителей образовательных учреждений в деятельность общественных и благотворительных некоммерческих организаций (фондов), призванных объединять усилия граждан и юридических лиц в деле поддержки образовательных инициатив

– принуждение обучающихся, воспитанников и их родителей со стороны администрации образовательного учреждения и учителей к получению платных образовательных и иных услуг²⁷.

Если руководитель образовательной организации озаботится о создании нормативно-правовых документов, регулирующих подобные акции/сделки, ни у родителей, ни у руководителя ОО, не у контролирующих органов претензий не будет.

²⁴ См.: Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации». П. 3. Ст. 5.

²⁵ Регламент приема пожертвований изложен в Федеральном законе от 11.08.1995 № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях». См. также: Указание Банка России от 11.03.2014 № 3210-У «О порядке ведения кассовых операций юридическими лицами и упрощенном порядке ведения кассовых операций индивидуальными предпринимателями и субъектами малого предпринимательства».

²⁶ См.: Инструктивное письмо от 15.12.1998 № 57 «О внебюджетных средствах образовательных учреждений» Министерства общего и профессионального образования РФ.

²⁷ См.: Постановление Правительства РФ от 15.08.2013 № 706 «Об утверждении правил оказания платных образовательных услуг».

Если таких документов нет, то это нарушение законодательства.

Прозрачность и надежность в финансовых вопросах — залог успеха работы руководителя.

Обязанность руководителя создать правовую основу для привлечения пожертвований. Необходимо иметь Положение о порядке формирования и расходования внебюджетных средств в образовательной организации, в которой должна быть прописана процедура оформления, назначения и учета привлеченных внебюджетных средств в ОО.

В частности, следует прописать в этом документе, что основным принципом привлечения внебюджетных средств Учреждением является добровольность их внесения физическими и юридическими лицами, в том числе родителями (законными представителями). В нем должно быть указано, что внебюджетные средства могут быть получены Учреждением в результате:

- целевых взносов физических и (или) юридических лиц;
- добровольных пожертвований родителей и других лиц;

В документе должно быть прописано, что учреждение самостоятельно расходует средства, полученные от приносящей доход деятельности в соответствии со своим планом финансово-хозяйственной деятельности. Учет средств осуществляется централизованной бухгалтерией.

Привлечение целевых взносов Учреждением может иметь своей целью:

- приобретение необходимого имущества,
- укрепление и развитие материально-технической базы,
- охрану жизни и здоровья,
- обеспечение безопасности детей в период образовательного процесса, либо
- Могут быть указаны коды бюджетной классификации.

Добровольные пожертвования оформляются в соответствии с действующим законодательством на основании заключенного Договора пожертвования.

Добровольные пожертвования физических лиц, в том числе родителей (законных представителей), в виде денежных средств перечисля-

ются на расчетный счет Учреждения. Иное пожертвованное имущество оформляется в обязательном порядке актом приема-передачи и ставится на баланс Учреждения в соответствии с действующим законодательством РФ.

Добровольное пожертвование недвижимого имущества подлежит государственной регистрации в порядке, установленном законодательством РФ. Распоряжение пожертвованным имуществом осуществляет руководитель Учреждения. Денежные средства расходуются в соответствии с условиями Договора пожертвования. Руководитель Учреждения организует учет добровольных пожертвований и своевременное документарное оформление. Учет добровольных пожертвований ведется в соответствии с Инструкцией по бюджетному учету.

Средства от деятельности, приносящей доходы, а также средства, полученные в результате пожертвований юридических и физических лиц, поступают в самостоятельное распоряжение Учреждения, учитываются на отдельном балансе и могут расходоваться на следующие цели:

- оплата труда работникам Учреждения за организацию и проведение платных дополнительных образовательных услуг (студий и кружков);
- приобретение наглядных и учебных пособий, книг;
- приобретение канцелярских и хозяйственных товаров;
- оформление подписных изданий;
- обеспечение охраны и безопасности жизнедеятельности Учреждения;
- обслуживание оргтехники;
- оплату услуг и работ;
- ремонт (текущий) оборудования, помещений, территории Учреждения, в том числе приобретение материалов для ремонта;
- обеспечение научно-исследовательской деятельности;
- приобретение подарков для проведения соревнований и т.д.;
- поощрение работников Учреждения;
- повышение квалификации педагогических работников Учреждения;

— участие в конкурсах, семинарах, конференциях на муниципальном, региональном, федеральном, международном уровнях;

— иные расходы, связанные с деятельностью Учреждения, не обеспеченные бюджетными ассигнованиями.

Основным документом, определяющим объемы поступлений внебюджетных средств с указанием источников образования и направлений использования этих средств, является смета доходов и расходов по внебюджетным средствам. Учреждение самостоятельно разрабатывает смету внебюджетных средств.

Руководитель Учреждения ежеквартально:

— предоставляет информацию Управляющему совету об использовании внебюджетных средств согласно калькуляции расходов и доходов;

— отчитывается о поступлении, бухгалтерском учете и расходовании средств, полученных от внебюджетных источников финансирования путем размещения информации на официальном сайте Учреждения в сети Интернет.

Положение о Попечительском совете (ПС) должно включать несколько принципиальных положений:

1. Определение статуса ПС. Это не юридическое лицо, а орган самоуправления.

2. Порядок выборов в ПС должен быть отражен в Положении об общем собрании образовательной организации.

См. Приложение № 4. Протокол учредительного собрания ПС.

3. Порядок определения состава ПС.

4. Цели и задачи ПС.

5. Средства ПС.

6. Права и обязанности членов ПС.

7. Управление ПС.

8. Полномочия председателя и правления ПС.

9. Порядок реорганизации и ликвидации ПС.

Примерное положение о деятельности попечительского совета. План работы ПС. См. Приложение № 5.

В Положении о попечительском совете должно быть указано, что

ПС в соответствии с п. 2 статьи 35 закона РФ «Об образовании» является формой самоуправления образовательного учреждения. Порядок выборов в него определяется уставом ОО (пункт, в котором говорится о том, кто выбирает этот орган, — общее собрание ОО или Совет ОО). Попечительский совет не является юридическим лицом. В его состав могут входить родители учащихся, представители исполнительной власти, общественных благотворительных организаций, фондов, сотрудники ОО и иные лица, заинтересованные в совершенствовании деятельности и развитии образовательного учреждения. Осуществление членами ПС своих функций производится на безвозмездной основе. Решения данного органа по вопросам вне его исключительной компетенции носят рекомендательный характер.

Основная цель ПС — содействие в совершенствовании деятельности и развитии образовательного учреждения.

Основные задачи ПС. Например, содействие:

— по привлечению внебюджетных средств для обеспечения деятельности и развития ОО;

— по организации и улучшению условий труда педагогических и других работников ОО;

— по организации конкурсов, соревнований и прочих массовых внешних мероприятий ОО;

— по совершенствованию материально-технической базы ОО, благоустройству его помещений и территории.

Средства попечительского совета формируются за счет:

— взносов целевого назначения на осуществление проектов и программ ПС;

— поступлений от мероприятий, проводимых самим органом или другими организациями, предприятиями и учреждениями в пользу ПС;

— средств, переданных в дар ПС, пожертвований в различной форме;

— иных поступлений.

Об использовании финансовых средств правление органа информирует общее собрание ОО. Сведения о размере и структуре средств, привлеченных ПС на нужды образовательного учреждения, а также об

их расходовании, не могут являться коммерческой тайной. Информация о расходовании средств должна быть на сайте ОО.

Важно подчеркнуть, что привлечением дополнительных ресурсов, согласно уставу учебного заведения, занимается не администрация школы, а Попечительский совет, состоящий, в том числе, из родителей учащихся.

Есть примеры Положения о ПС, где четко прописаны статусные категории людей и представителей внешних организаций, которые могут всхолить в состав попечительского совета.

Например, можно указать конкретно, что членами попечительского совета могут являться:

- представители учредителя, федеральных органов государственной власти;
- представители общественных организаций;
- родители обучающихся;
- выпускники образовательной организации;
- руководители предприятий;
- другие физические лица.

Положение о попечительском совете (ПС) надо утвердить на учредительном собрании.

Грамотную, легальную благотворительную деятельность лучше всего начинать с аудита Устава и создания ПС либо его «реанимирования», правильного оформления работы Попечительского совета.

Особо хотелось бы заострить внимание на следующем аспекте: независимо от того, какими путями будут двигаться благотворительные пожертвования, сотруднику, который будет заниматься организацией ПС, требуются, по меньшей мере, элементарные экономические и правовые знания.

Вопросы налогообложения, уплаты НДС, бухгалтерские проводки расходов и доходов. Заключение договоров о пожертвовании, дарения, бухгалтерское сопровождение, их порядок учета и контроля, другие конкретные примеры благотворительности: подарки учебников, мебели, компьютерного оборудования, охранного, пожарного оборудование, кухонной мебели, художественных картин, ремонт за счет организации

аудиторий и классов, другой помощи рекомендую посмотреть на сайте «Главбух». Регистрация бесплатная²⁸.

5.7. Формирование и работа штаба/команды образовательной организации по привлечению пожертвований

Формирование и работа штаба/команды ОО по привлечению пожертвований.

Решение о благотворительности принимается собственником, частным лицом, когда же в роли спонсора выступает организация, то вопрос о благотворительной помощи решается руководителем.

Привлечение пожертвований происходит на основании документов, договоров, которые подписывает руководитель ОО.

Ответственность за целевое использование добровольных пожертвований несет руководитель образовательной организации, также как и за нецелевое использование.

Несомненно, что каждый руководитель стремится к определению размера, периодичности пожертвований. Это естественно и выгодно всем!

Именно на руководителе лежит ответственность за соблюдение принципов добровольности пожертвований.

Руководитель, его команда, уполномоченный от ПС или председатель ПС, студенческого самоуправления, специалисты по PR, маркетингу/трудоустройству, гл. бухгалтер должны разработать механизм привлечения спонсоров, где не нарушается принцип добровольности взносов, общедоступности и бесплатности образования.

Попробуем представить себе идеальную структуру фандрайзинговой службы в УСПО (автономных, частных, по преимуществу) и УВО.

1. Руководитель службы фандрайзинга.

Должен иметь блестящие административные навыки, обладать внушительным социальным капиталом и авторитетом.

Отвечает за:

²⁸ Журнал «Главбух», справочная система и сервисы. Источник: <http://www.glavbukh.ru/>

- стратегическое планирование;
- ведение переговоров с крупными донорами;
- контроль.

2. Фандрайзер (на территории города и региона).

Это опытный менеджер, знающий специфику работы с бизнесом в регионе, органами государственной власти и владеющий достаточными знаниями о сфере образования.

Отвечает за:

- составление оперативного плана фандрайзинговой кампании;
- работу с региональными донорами (культивация, привлечение пожертвований);
- изучение и привлечение внимания потенциальных благотворителей среди бывших выпускников и родителей студентов.

3. Фандрайзер (на территории России и за рубежом). Опытный менеджер, знающий специфику работы с общероссийским и зарубежным бизнесом и фондами и владеющий достаточными знаниями в сфере образования.

Отвечает за:

- составление оперативного плана фандрайзинговой кампании;
- работу с зарубежными донорами (поиск партнеров, привлечение пожертвований).

4. Аналитик.

Имеет опыт работы в фандрайзинге, обладает аналитическими способностями, умением работать с большими объемами информации, знает специфику работы образовательной организации.

Отвечает за:

- сбор и обработку информации о потенциальных донорах;
- выработку предложений по исследованию рынка участников, поиск партнеров и разработку фандрайзинговой кампании;
- участие в подготовке документов фандрайзинговой кампании.

5. Ассистент.

Квалифицированный помощник, умеющий писать тексты, готовить отчеты, вести телефонные переговоры и переписку.

Отвечает за:

- организацию, поддержку и координацию работы отдела;

— подготовку документов и организацию мероприятий на стадии поиска, переговоров с донорами, а также после получения пожертвования;

— подготовку и организацию публичного сбора пожертвований;

— привлечение студентов к работе во время прохождения практики, волонтерского участия.

Роль и место Попечительского совета образовательной организации, роль председателя ПС, роль руководителя ОО, главного бухгалтера, их взаимопонимание и поддержка являются определяющими успеха в управлении фандрайзингом ОО.

Вопросы для самоконтроля

1. Назовите основные черты правового и организационного механизма формирования благотворительной деятельности?

2. Дайте характеристику направлений организации и управления благотворительной деятельности?

3. Охарактеризуйте порядок привлечения добровольных пожертвований в образовательную организацию?

4. Какие документы можно отнести к общему комплексу документов и регулирования и организации благотворительной деятельности?

5. Каково целевое назначение благотворительной деятельности?

6. Дайте характеристику алгоритма создания Попечительского совета.

7. Каков общий порядок формирования и передачи пожертвований?

8. Какова технология передачи добровольных пожертвований?

9. Назовите основные критерии правового статуса договора о пожертвовании?

10. Назовите основные критерии правового статуса договора о дарении?

11. В каком случае используется и необходим Акт приемки-сдачи?

12. Какую роль играет проект сметы расходов образовательной организации в благотворительной деятельности?

13. Охарактеризуйте решающую роль руководителя образовательного учреждения по привлечению пожертвований.

14. Дайте характеристику компаунды руководителя в процессе фандрайзинга.

15. Какова идеальная структура фандрайзинговой службы, какова структура вашей организации, кто отвечает за этот процесс?

6. МАРКЕТИНГОВЫЙ МЕХАНИЗМ ФАНДРАЙЗИНГА

- 6.1. Маркетинг образовательной организации.
- 6.2. Целевая аудитория фандрайзинга.
- 6.3. Фандрайзинг — это социальный маркетинг.
- 6.4. Фандрайзинг — это обмен ценностями.
- 6.5. Принятие решений о пожертвовании.
- 6.6. Маркетинг партнерских отношений и внутренний маркетинг.

6.1. Маркетинг образовательной организации

Маркетинг образовательной организации (ОО) — процесс планирования и реализации предложений ОО в зависимости от требований потенциальных потребителей (клиентов), направленный на совершенствование условий образовательного процесса, включая определение цены (денежных сборов), выбор и организацию каналов доставки информации, увеличение спроса на предложения, их продвижение всеми доступными медиа средствами в оф и онлайн.

Указание в определении маркетинга на образовательную организацию подчеркивает не только ее академический характер, но и указывает на различные формы ее предпринимательской активности: в отношении дружественных ей коммерческих и некоммерческих организаций.

Термин «бизнес» означает здесь предпринимательскую активность или получение ценностей, к которым стремятся заинтересованные стороны (ОО и потребители, клиенты):

— для потребителей — это удовлетворение образовательных потребностей;

— для ОО — решение материальных и финансовых проблем повышения качества обучения, в конечном счете, увеличение целевой аудитории.

Потребности с неумолимой силой заставляют нас искать пути и оптимальные средства их удовлетворения.

Проблема для обеих сторон одна, где взять деньги и как правильно сделать выбор, их потратить. Проблема жертвовать, участвовать в благотворительных акциях — это вечная проблема, можно сказать, драма клиента ОО — процесс расставания со своими денежными или материальными средствами.

Как клиенты услуг ОО разные, так и предложения участия в благотворительности должны быть также разными.

Каждая образовательная организация производитель (колледж, вуз) мечтает о том, чтобы именно ее образовательные программы, в первую очередь, заметили, оценили и выбрали для удовлетворения своих потребностей в знании и информации, чтобы именно на их предложения улучшения условий жизнедеятельности ОО откликнулись клиенты получения услуг: прямые и косвенные.

В условиях сложности понимания для потребителя истинных целей предложений со стороны образовательной организации в отношении сделать пожертвование, ей необходим консультант, помощник — маркетолог, который помог бы ему принять оптимальное решение.

Но и у потребителя нет достаточных средств (бюджета), чтобы оплатить услуги персонального маркетолога. В его распоряжении только собственный опыт, ближайший круг родственников и друзей, информация в Интернет, интуиция, эмоции, чувство достоинства сохранения своего положения в обществе, бесконечные желания и капризы. Только они являются реальными и доступными помощниками в принятии окончательного решения участвовать или нет в сборе пожертвований.

Напротив, у колледжа, вуза есть определенные средства, специальный бюджет (чем крупнее организация, тем он больше), чтобы пригласить не одного маркетолога, а создать целый отдел, департамент маркетинга, рекламы, связей с общественностью (PR) для достижения того, чтобы потенциальные жертвователи приняли правильное ожидаемое ими решение.

В роли посредника между потенциальными жертвователями (представителями целевой группы лояльных потребителей) может быть

директор ОО, его заместитель, сотрудник отдела внутренних и внешних коммуникаций — связей с общественностью (PR).

Посредник должен обладать уважением и доверием со стороны жертвователей, быть опытным коммуникатором. Он должен обладать маркетинговым мышлением и понимать, что клиентам нужна не сама по себе мебель в аудиторию, ремонт класса, покупка оборудования, участие в конкурсах, открытие дополнительных учебных курсов, а удовлетворение их потребностей и потребностей их детей, студентов в получении знаний и умений, которые помогут им добиться желаемого успеха в профессиональном росте и будущей карьере.

6.2. Целевая аудитория фандрайзинга

По сложившейся практике ими выступают:

- родители,
- предприниматели,
- благотворительные фонды-доноры,
- выпускники,
- органы власти,
- добровольцы/волонтеры.

Благотворительность в качестве услуги предлагается представителям целевых групп образовательной организации (ОО) с целью привлечения их внимания, участия в процессе пожертвования.

Таким образом, родители, выпускники, специальные организации — доноры, органы власти, волонтеры могут представлять собой потребителей (клиентов), которые могут вступить в обмен на получение ценностного результата своих пожертвований (издержек) или для тех, кого они представляют — студентов.

6.3. Фандрайзинг — это социальный маркетинг

Ценность предложения о пожертвовании может различаться с установленной на него ценой, которую определяет образовательная организация (Попечительский совет).

Сам процесс оценки потребителем свойств и способности предложения удовлетворить его потребности фиксируется понятием «полезность».

В реальной жизни материальные возможности потенциальных жертвователей разные. Поэтому они готовы выбрать «лучшее» предложение, которое представляет для них высшую ценность.

«Таким образом, ценность предложения о жертвовании можно представить формулой: Ценность = Выгоды (функциональные выгоды + эмоциональные выгоды) / (Денежные издержки + временные затраты + энергетические затраты + материальные затраты)»²⁹.

Оценка места и роли понятия «ценность» позволили исследователям рассматривать маркетинг в качестве социального процесса, направленного на удовлетворение нужд и потребностей индивидов и групп посредством создания предложений, обладающих ценностью, и обмена ими с другими людьми³⁰.

Процесс удовлетворения потребностей одной стороной и получение искомых выгод другой стороной раскрывается через понятие «обмен».

Маркетинг появляется в тот момент, когда люди решают удовлетворить свои нужды и потребности не иначе как посредством обмена.

Обмен — это акт получения потенциальным жертвователем от некого субъекта (ОО) желаемой услуги взамен на его денежные или материальные средства.

Обмен состоится при наличии пяти необходимых условий:

- 1) наличие двух партнеров;
- 2) каждая сторона должна предложить эквивалентную ценность другой стороне;
- 3) каждая сторона должна быть готова к сотрудничеству и реализации предложения;
- 4) каждая сторона должна иметь возможность отказаться от обмена;
- 5) каждая сторона считает обмен выгодным для себя делом.

²⁹ Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. 11-е изд. СПб.: Питер, 2005. С. 37.

³⁰ Там же. С. 32.

Если стороны согласны на условия обмена, то в его процессе создается общая совместная ценность, поскольку в результате выигрывают оба участника.

Согласие (переговоры) фиксируется договором между сторонами, которые затем совершают сделку, в результате которой происходит передача желаемой услуги в обмен на договорную цену.

6.4. Фандрайзинг — это обмен ценностями

Обмен представляет собой самоценность, если в выигрыше оказываются обе стороны. В случае, когда стороны ведут переговоры и приходят к согласию — сделка состоялась. Такой обмен ценностями между двумя и более сторонами называется маркетинговой транзакцией.³¹

Обмен — это соглашение на основе взаимной выгоды, в результате которого покупатель (клиент) и продавец (ОО) обмениваются чем-то, представляющим для них ценность (стоимость). В качестве обмена в данном контексте выступать работы или услуги, в которых нуждаются стороны благотворительного процесса.

Компоненты обмена представлены на рисунке №1³².

Обмен совершается сторонами на основе денежных расчетов и договора.

Для того, чтобы провести оценку ценностей, необходимы — деньги.

Деньги в экономической жизни любого цивилизованного общества являются, по определению К. Маркса, универсальным эквивалентом распределения благ³³.

Для осуществления обмена необходимо наличие посредников.

³¹ Маркетинговая транзакция (*marketing transaction*) — процесс взаимодействия организации и клиента. Включает в себя: исследование потребностей рынка, разработку и производство товара согласно потребностям, продвижение, продажу и доставку товара потребителю. Результатом транзакции (сделки) может стать долгосрочный контракт в форме купли-продажи или установление длительных отношений, например, превращение потребителя в постоянного клиента.

³² Источник: Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегии. М.: ИНФРА-М, 2001. С. 6.

³³ Источник: <http://www.esperanto.mv.ru/Marksismo/Kapital1/kapital1-02.html>



Рис. 1. Компоненты обмена

Посредники сокращают эмоциональные и энергетические издержки доставки конечным потребителям необходимых благ.

Понимание сути социального маркетинга в процессе благотворительности начинается с определения нужд и потребностей участников этого процесса.

Человек стремится к образованию, профессиональным видам деятельности, творчеству и др. Эти потребности относятся к так называемым потребностям второго порядка, социальным потребностям, удовлетворение которых человек может отложить.

Для того, чтобы чувствовать себя успешной личностью и осознавать себя полноценным членом общества, современный человек (родитель или студент) будет стремиться к удовлетворению именно этих потребностей.

По своей природе потребности не являются нуждами, так как они формируются в обществе и через общество. Понятие «потребность» в маркетинге понимается и как источник активности субъектов, обмена, как основной итог и цель тех сделок, в которых они «принимают» непосредственное участие.

Человеческие потребности являются фундаментальной основой теории маркетинга. Сущность маркетинга в отличие от других видов человеческой деятельности — стремление удовлетворить потребности человека посредством обмена. На рис. 2 представлены основные понятия, описывающие процесс обмена ценностями в маркетинге³⁴.



Рис. 2. Основные понятия, описывающие процесс обмена ценностями в маркетинге

Маркетинг не опирается только на гедонистические принципы, его цель — удовлетворить потребности человека посредством обмена. В этом отношении маркетинг следует прагматическим правилам и принципам.

6.5. Принятие решений о пожертвовании

Именно интересы родителей лежат в основе позитивного коммуникационного процесса между посредником и родителями (законными представителями воспитанников). Не улучшение условий для всех студентов, проведение конкурсов для всех участников, ремонт и покупка оборудования в классах, где проходят обучение все студенты, а индивидуального роста и достижений личного успеха своих детей — вот главная цель родителей-жертвователей.

³⁴ Армстронг Г., Вонг В., Котлер Ф., Сондерс Дж. Основы маркетинга. М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2010. С. 41.

Фундаментальный вывод такой: принятие решений о пожертвовании в адрес образовательной организации определяется не теми услугами, которые она предлагает и даже демонстрирует (на сайте, слайдах в презентации, фото и видео), а истинными нуждами и потребностями потенциальных жертвователей, представляющих интересы своих детей (студентов, учащихся, воспитанников).

Маркетинг не интересуется происхождение мотивов, его удовлетворяет цепочка: «нужда-потребность-запрос». Определение запросов потребителей образования в образовательной организации (родителей и студентов, выпускников, органов власти, будущих волонтеров), прямых и косвенных участников образовательного процесса является залогом успеха вовлечения в процесс благотворительной деятельности.

Мотивация индивида интересует исследователей маркетинга, когда они подвергают анализу поведение клиента с целью разработки рекомендаций по стимулированию его потребительской активности³⁵.

Понимание содержательной структуры маркетинговой деятельности требует проведения анализа еще одного существенного понятия «спрос». Покупательная способность человека превращает потребности в спрос.

Спрос — это потребность в определенных услугах, подкрепляемая способностью в их приобретении.

Маркетинг в этом контексте представляет собой деятельность по распознаванию потребностей, созданию спроса на основе исследований потребителей, тех предложений участия в благотворительных акциях, которые могут удовлетворить их потребности.

Цель маркетинга — разработка предложения (ценности), которое наиболее полно бы удовлетворило нужды и потребности индивида или организации на основе взаимовыгодного обмена, где одна сторона, потре-

³⁵ Мотив — понятие интегральное, где объединяются: инстинкты, потребности, побуждения, чувства, эмоции, ценности, отношения, желания, намерения, цели, задачи, стремления, установки, интересы, убеждения, нормы, смыслы, идеи, идеалы, предметы внешнего мира личности, а также условия их существования. Мотивация, отмечает В.К. Виллонас, превратилась в своеобразный мешок, в котором сложены самые различные вещи, из-за отсутствия четких, исходных методологических позиций в психологической науке. См. Виллонас В.К. Психологические механизмы мотивации человека. М., 1990.

Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 1990. С. 284.

битель (клиент) получает то, в чем он испытывает нужду и потребность, а другая сторона, производитель (образовательная организация) — собственную выгоду, решение собственных задач, определенных Уставом.

Главным моментом в социальном маркетинге выступает, в одном случае — тщательное и всестороннее изучение спроса, вкусов и потребностей клиентов, а в другом — активное воздействие на формирование потребностей и предпочтений, отвечающих задачам образовательной организации.

Процесс маркетинга представляет собой планирование и реализацию бизнеса образовательной организации по созданию необходимых условий и контролю взаимодействия между потребителями и ОО, представляющей собой маркетинговую организацию, нацеленную на интересы и выгоды своих клиентов. Схематично взаимодействие между потребителем и маркетинговой организацией представлено на рис. 3³⁶.

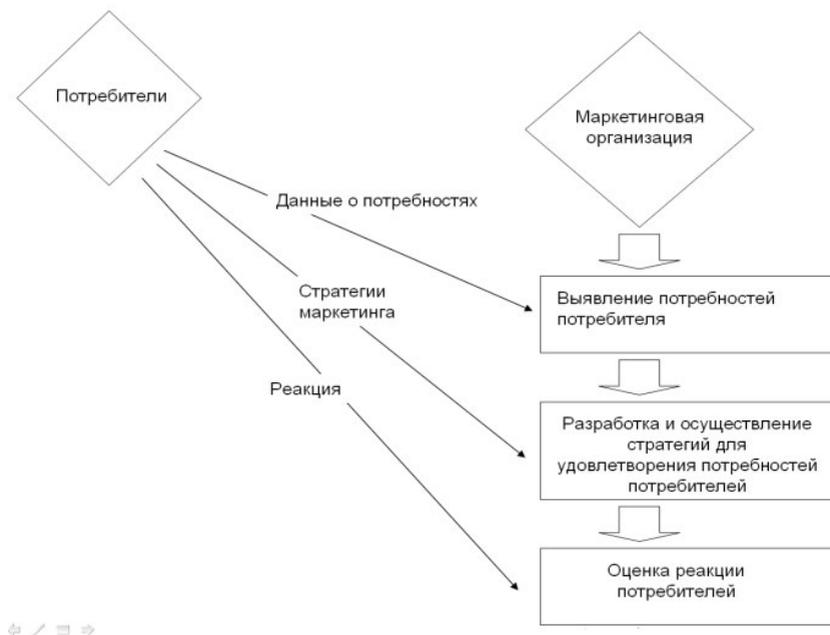


Рис. 3. Схема взаимодействия между потребителем и маркетинговой организацией

³⁶ Источник: Ассель Г. Указ соч. С. 7.

В случае, когда образовательные организации добиваются успехов в работе по привлечению пожертвований со стороны родителей, на основе совершенных между ними сделок, они стремятся перейти от транзакционного маркетинга к маркетингу партнерских отношений³⁷.

Маркетинг сделки отличается от маркетинга партнерских отношений тем, что первый имеет дело с потенциальными клиентами, а второй — с фактическими, заинтересованными клиентами.

Маркетинг взаимодействий, зародившийся в недрах сферы услуг, в отличие от традиционного маркетинга, переносит акцент своих усилий с потенциальных клиентов на фактических клиентов.

Не существует методики рационализации образовательной политики, которая была бы пригодна для использования во всех случаях, поэтому актуальны исследования, направленные на решение задач, применительно к конкретному типу образовательной организации, учреждению.

Цель социального маркетинга — заставить образовательную организацию (колледж) сделать то, что желает потребитель-клиент.

6.6. Маркетинг партнерских отношений и внутренний маркетинг

Маркетинг услуг утверждает, что, эффективно удовлетворяя потребности персонала (педагоги, руководители образовательного процесса), находящегося в контакте с потребителями, организация повышает свои возможности, удерживает и удовлетворяет ожидания и интересы внешних потребителей, что, в свою очередь, является гарантом выживаемости образовательной организации на рынке.

³⁷ Транзакционный маркетинг — это разовая договоренность, выгодная обеим сторонам, стремящимся к получению максимально возможной прибыли. Его можно назвать классическим, так как он направлен на удовлетворение запросов и потребностей потенциальных покупателей и используется, чаще всего, на потребительских рынках. Маркетинг взаимодействий или маркетинг партнерских отношений (МПО) — это сделки, заключаемые между сторонами в течение длительного периода времени. В МПО заметен явный концептуальный сдвиг: если ранее объектом маркетинговых программ были анонимные группы потребителей, то теперь ими становятся более или менее известные или хотя бы как-то идентифицируемые клиенты, развитию и управлению взаимоотношениями с которыми уделяется основное внимание.

Маркетинг партнерских отношений для образовательной организации представляет собой современную систему взглядов в маркетинге, ориентирующуюся на формирование долгосрочной лояльности конечных потребителей (для ОО — учащихся, студентов) на основе тесного взаимодействия в процессе создания совместных ценностей и получения на этой основе выгод для всех участников процесса.

Маркетинг партнерских отношений рассматривается как клиентоориентируемый маркетинг, где усилия образовательной организации сосредоточиваются не на создании рынка (формирование спроса на образовательные услуги), а на его контроле, постепенном совершенствовании образовательных программ/услуг/продуктов. В данном контексте — на формирование лояльных отношений с клиентами, родителями, законными представителями студентов колледжа.

Маркетинг партнерских отношений требует установления коммуникаций с представителями контактных аудиторий, использования инструментов связи с общественностью и формирования позитивной среды взаимодействия с участниками микросреды, заинтересованными группами бизнеса организации.

Такие отношения устанавливаются, когда каждая сторона полностью доверяет другой.

Эти отношения объективно имеют взаимную выгоду, так как у сторон сокращаются затраты и время на переговоры, сами сделки становятся более предсказуемыми, что сокращает степень присущего им риска.

Потребитель судит о качестве обучения как части образовательных услуг образовательной организации по критериям, сформулированным в ФГОС и профессиональных стандартах квалификаций.

Платформа или стратегия позиционирования (*brand positioning*), внутренняя сила бренда ОО — это определение того, как торговая марка или бренд должны восприниматься клиентами (фактическими и потенциальными) и отражаться в их психологии и сознании. Аналогично можно дать определение в отношении стратегии позиционирования образовательной организации — это определение позиции в сознании и психологии потребителя (представителя целевой аудитории), а точнее — предоставление убедительных ответов потребителю на

вопросы, позволяющие ему осознанно и убедительно сделать свой личный выбор.

Понимание сущности бренда — это понимание основной идеи образовательной организации, которую он пытается донести до своей целевой аудитории. Этот процесс означает позиционирование ОО на рынке. Платформа позиционирования бренда (*brand platform*), таким образом, представляет собой его сущность, описание того, что предлагает бренд ОО по сравнению с конкурентами тому или иному сегменту потребителей.

Это создание единого понимания основных характеристик бренда среди всех участников процесса разработки рекламной кампании, включая заказчика. Как часто бывает в маркетинге, точного определения у этого термина нет. Оно колеблется от организации к организации, от автора к автору. И все же, если обобщить все подходы, то в итоге мы получим два направления: теоретическое и практическое.

Внутренняя сила бренда представляет собой своеобразный ДНК (*brand DNA*) — макромолекула, обеспечивающая хранение, передачу из поколения в поколение и реализацию генетической программы развития и функционирования живых организмов. Это идея, зародыш, а также рамки и границы, позволяющие бренду развиваться.

Включает в себя легенду, ценности, эстетический код, необходимые при последующем процессе разработки рекламного креатива.

С теоретической точки зрения бренд-платформа — это особый инструмент для обозначения основных характеристик бренда и формирования позиционирования, позволяющий воздействовать на клиентов организации и в дальнейшем эффективно ими управлять.

С практической точки зрения бренд-платформа — это комплекс факторов, которые являются основой для бренд-билдинга, к которому относится:

- 1) миссия и видение бренда образовательной организации;
- 2) описание целевой аудитории, на которую он направлен;
- 3) ценности бренда, разделяемые целевой аудиторией;
- 4) рациональные атрибуты бренда, его функциональные характеристики (цена, ассортимент, качество, уникальные свойства);

5) обещание бренда — результирующее убеждение относительно его преимуществ;

6) эмоциональные атрибуты бренда — коммуникационные характеристики бренда (слоган, дизайн, фирменный стиль);

7) индивидуальность бренда — персонализация его восприятия аудиторией (посредством текста, логотипа, других художественных, графических элементов, креативных моментов).

Этот комплекс, преимущественно визуальных факторов, предназначен для того, чтобы в дальнейшем продуктивно управлять брендом образовательной организации, капитализировать его преимущества, получать наибольшие выгоды от его использования.

Для того, чтобы эффективно выстроить процесс привлечения благотворительных средств в колледж необходимо иметь или стремиться сформировать понятную и разделяемую большинством участников образовательного процесса корпоративную культуру.

Для успеха любой организации очень важна сильная культура, она напрямую связана с лидерством, степенью вовлеченности педагогов, преподавателей и сотрудников, уровнем удовлетворенности студентов.

Вопросы для самоконтроля

1. Что относится к маркетинговым механизмам и способам привлечения пожертвования в образовательную организацию?

2. Кто является потенциальным жертвователем в пользу общеобразовательного учреждения?

3. Назовите основные инструменты социального маркетинга благотворительности?

4. Почему благотворительность можно отнести к процессу обмена ценностям?

5. Основные принципы маркетинга образовательной организации.

6. Какие основные этапы принятия решений о пожертвовании?

7. В чем смысл маркетинг-партнерских отношений? Какое отношение это имеет к благотворительности?

8. Как вы можете охарактеризовать внутренний маркетинг? Какое отношение это имеет к благотворительности?

7. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ФАНДРАЙЗИНГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: РОДИТЕЛИ

7. 1. Родители.
 7. 2. Родственники.
 7. 3. Родители-бизнесмены. «Клиентский список».
 7. 4. Методы воздействия на богатых родителей.
 7. 5. План проведения мероприятия/проекта.
 7. 6. Выгодные условия привлечения пожертвований.
 7. 7. Несогласный родитель.
 7. 8. Фиксированность суммы пожертвований вызывает протест.
 7. 9. Регулярность оказания и планирование пожертвований.
 - 7.10. Пожертвования должны носить коллективный характер.
 - 7.11. Примеры проектов благотворительности.
 - 7.12. Формы взаимодействия образовательной организации с жертвователями.
 - 7.13. Три темы, которые вызывают отклик у родителей и готовы платить.
 - 7.14. Учащиеся имеют возможность влиять на родителей и доноров.
- Вопросы для самоконтроля.*

7.1. Родители

Спонсорами, меценатами, жертвователями, филантропами, донорами, благотворителями образовательной организации являются различные группы людей, так или иначе заинтересованные в существовании и развитии конкретной образовательной организации (ОО).

С позиций маркетинга, эти группы людей рассматриваются в качестве потенциальных жертвователей, а с точки зрения коммуникационной стратегии образовательной организации (ее рекламы и PR) — целевой аудитории.

Иерархическая пирамида гуманистического психолога А. Маслоу является самой распространенной методикой понимания роли потребностей в поведении людей в маркетинге.

Это психологическая теория мотивации, помогающая понять особенности покупательского поведения людей.

Согласно этой теории существует «пирамида потребностей», в основе которой лежат физиологические потребности, над ними потребности в безопасности, социальные, в самоуважении и на самом верху — в самоактуализации.



Рис. 4. Пирамида потребностей (А. Маслоу)

Новый маркетинг — это эра ценностей, когда организация рассматривает людей не просто как потребителей, а как полноценных человеческих существ, наделенных мыслями, эмоциями, душой.

Маркетинг 1.0 — имеет ориентацию на сбыт образовательной продукции, услуг, на сделки. Это самый распространенный вид маркетинга.

Маркетинг 2.0 — современный маркетинг информационной эры, ориентированный на потребителя с целью удержать его. Здесь активно используются сайт и социальные сети.

Маркетинг 3.0 ориентирован на приглашение потребителей участвовать в разработке образовательных продуктов и повышении качества образования.

Иерархическая пирамида потребностей А. Маслоу в маркетинге 3.0 должна быть перевернута вверх дном. Здесь главная потребность, которую стремятся удовлетворить образовательные организации — потребность в самореализации. Есть и концепция маркетинг 4.0. Это виртуальные возможности удовлетворения потребностей.

В маркетинге вся совокупность целевой аудитории (рынок для ОО) подразделяется на отдельные группы. Такое разделение называется сегментированием рынка. Сегмент — это крупная, четко определенная группа отдельных клиентов ОО, например, богатых родителей со сходными потребностями и характеристиками, отличными от других групп родителей, например, среднего или низкого достатка.

Для того, чтобы лучше понять пристрастия, особенности реакции и желаний, в первую очередь, родителей, точнее подобрать к ним эффективные подходы, выстроить с ними нужные коммуникации, в конечном счете, склонить их к добровольному пожертвованию, необходимо их рассматривать с точки зрения их разных характеристик и возможностей.

Для выработки правильных подходов потенциальных жертвователей следует разделить в соответствии с их социально-демографической принадлежностью, поведенческими и психографическими особенностями.

Например, разделение родителей на сходные группы в соответствии с их:

- географическим место проживания;
- демографическими особенностями: возраст, доход, род занятий;
- психографическими склонностями: мотивы и стиль жизни;
- поведенческими критериями: частота взносов.

Эта разновидность сегментации (деления) может быть произведена по трем группам: 1) молодые родители; 2) взрослые; 3) средних лет. Данная концепция исходит из того, что потребности и желания родителей изменяются по мере перехода людей из одной возрастной группы в другую. Вы должны стремиться учитывать эти особенности, когда будете формулировать и искать подходы к сотрудничеству. Такой подход даст вам возможность результативно выстроить свои коммуникации и добиться желаемых целей. Если вы сможете концептуально подойти к

пониманию своих потенциальных клиентов, жертвователей, разделяя их по возрастам и стилю жизни (*age & life-cycle segmentation*), вы добьетесь лучших результатов при переговорах.

Следует принимать во внимание, что часть из них обладает высокими доходами. И, напротив, другая часть обладает низкими доходами. Самым очевидным разделением родителей является половой критерий: мужчины и женщины.

Важно учитывать, как мужчины и как женщины занимаются благотворительностью. Интересно, что мужчины охотнее бы расстались с деньгами на призыв о благотворительной помощи. А женщины готовы помогать не только деньгами, но и делом, участвуя в проектах ОО.

Клиентов можно рассматривать с точки зрения отношения их к полезности предложения и ожидаемого результата. Это метод определения целевой аудитории связан с конкретным предложением. Его стоит делать только тем людям, которые видят в предложении жертвовать конкретную выгоду и осязаемую пользу от предлагаемого вами предложения сотрудничать, например, в ремонте или покупке нового оборудования³⁸.

Следует учитывать разную мотивацию. Заметно, что мужчины охотно откликаются на призывы помощи, когда они уверены, что передача денег организации имеет позитивный опыт, если он подтверждается знакомым ему человеком или исходит от известной личности. А также, когда они имеют больше информации о подобных акциях, т.е. не делают это впервые.

Для женщин специфическими стимулами к благотворительному поведению служит их уверенность, что это их деяние имеет поддержку в обществе, оно социально значимо. Ниже представлена структура стимулов для мужчин и женщин. Они не сильно отличаются друг от друга, но имеет специфические черты.

Какие мотивы помогают людям откликаться на благотворительность?

По отношению, например, к колледжу семьи выступают заказчиками образовательных услуг.

³⁸ Шевченко Д.А. Маркетинг образовательных услуг. М.: МИПК, 2015.

Нужно не забывать, что тогда действуют несколько другие принципы, чем с родителями-благотворителями и «покупателями» дополнительных платных образовательных услуг.

Во всех этих случаях важно учитывать, как общаться с жертвователями, выстраивать с ними положительные коммуникации, какими документами должны оформляться с ними связи и т.д.

Как правило, 99 процентов благотворителей школы составляют родители.

Они наиболее легко мотивируемая группа жертвователей.

Одну из встреч с родителями совместно с Попечительским советом целесообразно посвятить проблеме сотрудничества педагогов и родителей по вопросам благотворительности.

Обязательно презентация.

Хороший дизайнерский стиль.

Две части, что есть и что будет!

Планы.

Можно обсудить с родителями следующие вопросы:

Что они понимают под сотрудничеством людей?

Как собрать средства?

Пусть родители подскажут.

Надо создать группы среди родителей.

Связать их с «министерствами» колледжа.

7.2. Родственники

Благотворителями в подавляющем большинстве случаев — это в той или иной степени родственники либо люди, тесно связанные с образовательной организацией. Это обусловлено тем фактом, что как благополучатель она стремится обращаться за поддержкой к целевой группе физических и юридических лиц, которые по тем или иным причинам наиболее заинтересованы в оказании содействия.

Естественно, получить помощь легче от предпринимателя, когда-то учившегося в конкретном образовательном учреждении, чем от бизнесмена, никакого отношения к нему не имеющего.

Пример. Выпускник бывший. Готов жертвовать на оборудование, но платить за курсы не будет и т.п.

Сложно найти грань между истинной благотворительностью для образования и скрытой платой за учебу.

Избежать этого позволит получение пожертвований из наиболее разнообразных источников.

Чем больше благотворителей окажут помощь, тем меньше возникнет претензий в адрес администрации.

7.3. Родители-бизнесмены. «Клиентский список»

Особенность этой группы заключается в том, что в этой роли можно оказать гораздо большую помощь школе, нежели в качестве физического лица.

«Клиентский список». Надо отследить таких родителей и попробовать привлечь их к более крупным пожертвованиям. Желательно составить так называемый «клиентский список», куда занести владельцев среднего и малого бизнеса, топ-менеджеров крупных корпораций и др.

Сбор сведений о них — сложная задача. Трудность заключается в сборе данных сведений, учитывая нашу российскую действительность: многие бизнесмены не стремятся афишировать свою деятельность.

Поэтому к сбору такой информации нужно подойти максимально тактично.

Сложно отказаться от уникального предложения!

Необходимо помнить, что родители образовательной организации неоднородны, также как и их потребности.

7.4. Методы воздействия на богатых родителей

Попросите поддержки у родителей богатых, успешных при личной встрече. Это наиболее эффективный способ, чтобы спросить лицом к лицу. Следует помнить, что, когда вы встречаетесь, тратить время на изучение человека и его позиции уже нельзя. Вы должны заранее изучить его склонности, характер, темперамент.

Большое мастерство в сборе средств — слушать. Много говорить не рекомендуется, а вопросы следует подготовить заранее и передать их до встречи — письменно.

Помощь родителей-бизнесменов может выражаться не только в прямых денежных пожертвованиях. Это может быть помощь в организации работ, оплата счетов (например, за канцтовары) или оказанные бесплатно различные услуги.

Мы говорим о корпоративной и частной благотворительности.

Это сюжеты «социальной ответственности бизнеса». В.В. Путин говорил в 2000-е гг. — «делиться надо»!

Бизнесмены менее мотивированы жертвовать в пользу образовательного учреждения, чем родители. Но это не значит, что надо отказаться от попыток привлекать предпринимателей к благотворительности, особенно к их участию в попечительском совете.

Обращаясь к этой группе жертвователей, необходимо как можно более четко сформулировать, на что вы просите денег и сколько. Бизнесмены любят конкретику, а не туманные просьбы типа «дайте денег, у вас их лом». Это важно учитывать при приглашении руководителя бизнеса к участию в благотворительной помощи.

Ниже приведен примерный план проведения мероприятия/проекта.

7.5. План проведения мероприятия/проекта

План проведения мероприятия/проекта.

Дата и время. Важно не совпадение с праздниками и др.

Тема. Заголовок и примерное описание.

Приглашения. Составьте список приглашенных. «Звезда», СМИ, известные личности.

Место. Гостиница. Ланч, кофе брейк и пр. Согласуйте критический путь — маршрут.

Отношения с прессой. Приглашение для прессы с включением в него плана мероприятий. Обзвон журналистов. Кто придет, кто критичен.

Подумайте о фотографиях.

Печатные материалы. Список необходимых печатных материалов. Кто будет готовить материалы.

Иллюстративный материал. Выставочный материал, если нужен.

Презентации, если будут презентации. Поговорите со спикерами. Утвердите программу: время, аудиторию и пр.

Письменные материалы. Убедитесь, что у выступающих есть подготовленные тексты выступлений.

Заранее можно сделать копии для СМИ.

Прием. Кто будет заниматься встречей ваших гостей. Кто находится во время ланча, обеда. Может быть цветы и подарки.

Проверка условий. Проверьте гидов. Их инструкции, маршруты экскурсий. Оборудование, шум, безопасность, время, место и пр.

Собрание персонала. Беседа с персоналом и подрядчиками. Какие критические моменты. Уделите внимание деталям.

Согласованность. Проверьте все с точки зрения дизайна: одежду, значки, бейджи, цветы, объявления и пр. в одном стиле.

Транспорт. Проверьте и найдите подтверждение по поводу машин, автобусов, прилета самолетов, поездов, встречи, проводы и пр.

Удобства. Проверьте список гостей, все по ланчам, обедам, кофе, чай, сервировка, специальные услуги, меню, музыка, санитарные удобства и пр.

Информация. Подготовьте все материалы для прессы (реклама, плакаты, видеоматериалы, экспонаты).

Встреча с местными органами власти, которые могут быть приглашены на мероприятие.

Фотосъемка. Обсуждение с фотографами. Инструктаж, специальные требования к слайдам, для СМИ, для альбома, офиса и пр.

Сувениры. Подготовьте сувениры для гостей. Подарки, книги с автографами, фотографии и др.

Резюме. Организуйте экспресс-совещание. Еще раз все проверьте, как работают телефоны, номера телефонов и т.п.

Непредвиденные обстоятельства. Форс мажор. Дождь, гроза, снег, зонты, настилы, палатки, транспорт и другие запасные варианты.

Затраты. Общая смета и ее готовность. Консультации с руководителями по бюджету. Помощь сторонних организаций.

Исправления и удаление пунктов расходов.

Дальнейшее развитие. Соберите информацию, кто не смог принять участие. Проанализируйте будущие запросы прессы.

Отправьте письма благодарности. Сопоставьте счета с расценками.

Анализ. По окончании немедленно соберите совещание. Проанализируйте успехи и промахи.

Подготовьте отчет, чтобы в следующий раз использовать опыт настоящего.

7.6. Выгодные условия привлечения пожертвований

Пожертвования должны носить коллективный характер.

Эта особенность проявляется, когда речь идет о благотворителях-родителях.

Они, как правило, коллективно осуществляют свою деятельность, что нередко вызывает у ряда лиц (практика показывает, что таковых единицы), участвующих в благотворительном процессе, отторжение данных процедур.

Более того, именно в результате действий последних сбор пожертвований как бы переводится из благотворительности в область криминальных денежных поборов.

Именно они говорят о поборах и жалуются потом.

Коллективность сбора вызвана коллегиальностью принятия решений о пожертвованиях в пользу образовательной организации.

Естественно, коллектив родителей при этом стремится к тому, чтобы в благотворительном процессе участвовали все.

Уклонение от совершения пожертвования вызывает негативную реакцию с их стороны.

Тем не менее, на коллективном собрании можно освободить от необходимости совершать пожертвования малоимущих семей.

Они самые уязвимые и бдительные в отношении траты лишних денег.

Их просто у них нет!

Коллективность принятия решения о благотворительности в пользу ОО (школы, например) приводит к тому, что зачастую трудно в полной мере соблюдать принцип добровольности совершения пожертвования.

7.7. Несогласный родитель

В коллективе родителей может оказаться человек, не согласный с мнением большинства, но в силу зависимости от общеобразовательного учреждения вынужден смириться с решением.

Затаился и может мстить!

Обращения таких родителей в органы управления образованием приводят к тому, что понятие «благотворительное пожертвование» часто подменяется ставшим и расхожим понятием: «поборы».

Избежать подмены, перевести благотворительность в легальную, не вызывающую подобных толкований, деятельность можно только при ее продуманной организации и эффективном менеджменте.

Если вы, будучи руководителем или менеджером, которому доверили общение с родителями по поводу благотворительности, пытаетесь убедить несогласного родителя жертвовать на постоянной основе фиксированную сумму на ремонт образовательной организации с согласия попечительского совета, то тут даже самый опытный менеджер с его отменным красноречием не сможет убедить упрямого родителя. Можно попытаться обратиться за помощью к тем родителям, которые согласились на предложения и поддержали порядок внесения пожертвований. Если и это не сработает, самым хорошим способом может быть следующий. Можно прибегнуть к помощи родителя, который похож на упряма, который даже менее красноречив и популярен, помочь убедить несогласного. Опыт говорит, что этот путь парильный.

7.8. Фиксированность суммы пожертвований вызывает протест

Эта особенность благотворительной деятельности вытекает из вышеупомянутой коллегиальности принятия решения о пожертвовании и коллективности его совершения.

Она возникает опять же в том случае, если благотворителями являются родители учащихся.

Принимая решение о необходимости совершить пожертвование в пользу образовательной организации, собрание родителей, как правило, определяет и его сумму, которая для всех одинакова.

Изменена она может быть опять же для малоимущих семей.

Фиксированность суммы вызывает наибольшее количество нареканий.

Эта особенность приводит к стиранию грани между благотворительным пожертвованием и скрытой платой за учебу.

Фиксированность суммы пожертвования достаточно распространена в благотворительности и не запрещена законом.

А претензии по этому поводу в адрес школы вызваны недовольством отдельных личностей либо неграмотной организацией этой деятельности.

7.9. Регулярность оказания и планирование пожертвований

К регулярности внесения пожертвований стремятся все образовательные организации.

Только таким образом можно обеспечить полноценное исполнение задуманных программ.

Поэтому это свойство нельзя расценивать как особенность, подлежащую искоренению и запрещению.

Только при условии, что пожертвования будут регулярными, образовательная организация может планировать свою деятельность в их отношении, осуществлять разнообразные благотворительные программы, неизменно оказывать материальную помощь малоимущим учащимся и сотрудникам, учреждать стипендии и т.д. и т.п.

Как правило, коллектив благотворителей ОО договаривается о регулярном внесении средств в определенные интервалы времени по заданной схеме в пользу ОО как благополучателя.

Эта особенность также вызывает тоже массу нареканий.

Пожертвования, осуществляемые большей частью обучающихся (их родителями с определенной периодичностью раз в месяц, в квартал, при поступлении в учебное заведение и т.д.), нельзя признать добровольными и являются скрытой платой за обучение.

Такие действия формально запрещены, но на практике широко распространены.

Благотворительные пожертвования никогда не станут по настоящему действенным источником финансирования, если они не будут систематическими и благодаря этому планируемыми.

Запрет на регулярность приведет к тому, что сама по себе благотворительная деятельность в общеобразовательном учреждении потеряет всякий смысл.

Коллективность, фиксируемость суммы, регулярность пожертвований вызывают множество нареканий.

Действительно, провести грань между такими пожертвованиями и скрытой платой за учебу достаточно сложно.

Поэтому применительно к школе сложнее соблюсти принцип добровольности, на который указывается в Федеральном законе «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» (ст. 4, п. 1).

Но образовательное учреждение вполне может свести к минимуму обвинения в поборах.

Для этого требуется грамотная, основанная на знаниях организация благотворительной деятельности.

7.10. Примеры проектов благотворительности

Например: «Сбор макулатуры!» или «Убрать свой колледж!»

На стадии плана определить:

— Нужен инвентарь.

— Где проводить мероприятие: территория колледжа и вне ее или...

— Есть ли там Арендаторы — подключить их.

— Нужна фирменная одежда. Тут можно обратиться к спонсору или, благотворителю.

На спине: например, разместить: «Балтийская инженерная компания» или «Инвест-строй Приволжье».

От колледжа: жилеты, инвентарь, время.

Для спонсоров и жертвователей: сарафанное радио. СМИ

Пример «Посадка деревьев».

Приурочить ко дню города, дню Победы или другой дате.

Можно подключить благотворительные фонды, центры.

Даже очень высокопоставленные люди интересуются такими проектами и в них участвуют. Отказаться от доброго дела тяжело.

А может благотворитель придет не один, а с коллегами, сотрудниками. Это сплачивает коллектив, умножает лояльность!

Приглашение знаменитостей. Важно определиться с приглашением личности! По какому критерию выбирать личность? Ответ: кто, что, зачем? Какова аудитория, возрастные группы и интересы.

Сможет ли он представить мероприятие так, как ожидает ваша аудитория?

Как это сделать? Мысленно представьте себе, как ваши участники, возвращаясь домой после мероприятия говорят, обсуждают эту встречу. Известная личность никогда не затмит ваше мероприятие.

Важно обеспечить транспорт: привезти ее и отвезти обратно.

Желательно приглашение представителей СМИ.

Этот вопрос надо согласовать со «звездой».

Резонанс публикации в СМИ.

Плохо соглашаются печатать.

Но если их тоже пригласить?

7.11. Формы взаимодействия образовательных организаций с жертвователями

Формы взаимодействия классного руководителя с родителями — это способы организации их совместной деятельности и общения. Собрания не сводятся к монологу директора, а принимают характер беседы, взаимного обмена мнениями, идеями, совместного поиска. Составление программы действий по выявленным проблемам в процессе совместного коллективного поиска. Встреча может быть завершена индивидуальными беседами.

7.12. Три темы, которые вызывают отклик у родителей и готовность платить

1. Красота и комфорт силами самих студентов.
2. Безопасность.
3. Повышение профессионализма.

Многие студенты готовы принять участие (особенно девушки) в добавлении личного дизайна, художественных стилей, преобразующих стены в аудиториях, классах, комнатах общежития.

Этот способ участия напоминает им о доме и помогает создать свой собственный стиль жизненного пространства колледжа. Поддержка в социальных сетях. Темы:

Школа танца.

Шоу талантов.

Фотоконкурс.

День русского языка.

Уборка мусора.

Продажа билетов родителям на концерт, с участием студентов колледжа.

Сделайте детей частью вашей цели.

7.13. Учащиеся имеют возможность влиять на родителей и доноров

Если студенты участвуют в шоу или другом событии, родители откликнутся и купят благотворительные билеты, чтобы помочь делу и поддержать своих детей в подготовке костюмов и декораций. Поддержка в социальных сетях.

Есть люди, готовые пожертвовать небольшую сумму, которая просто будет добавлена на телефонный счет колледжа.

Оплата через Интернет при сборе средств для некоммерческих организаций, используя Яндекс деньги. Поддержка в социальных сетях.

Пригласить известную знаменитость, например певца. Попросить купить благотворительные билеты в колледж. Певец мог бы согласиться выступить бесплатно. О нем заметку написать в газету или на сайт, в сеть Интернет, пригласить журналистов. Конкурс для медиков.

Отличные возможности у медицинских колледжей. Конкурс на диагностику давления родителей, измерение давления, оказание медицинской помощи, проведение уколов на куклах.



Организовать конкурс караоке — по той же схеме. Оплата через Интернет по сбору средств некоммерческим организациям — Яндекс деньги. Поддержка проекта в социальных сетях.

Конкурс для рабочих специальностей.

Приглашаются эксперты. Сварка, монтаж или сборка авто и пр. механизмов через мастерские и ресурсные центры. Родители, профи, благотворительные билеты, ценные подарки победителям, включая суммы пожертвований. Сувениры и грамоты победителям студентам.

Организовать спортивное мероприятие — оплата через Интернет по сбору средств некоммерческим организациям — Яндекс деньги. Поддержка проекта в социальных сетях.

Конкурс приготовления пищи.

Дегустация и награждения. Билеты и ценные (денежные призы) в колледж. Победителям сувениры и грамоты. Поддержка в социальных сетях.

На День святого Валентина просто попросить пожертвовать через интернет деньги. Поддержка в социальных сетях.

Диалог с благотворителями?! Как его вести?

Благополучателем в нашем случае выступает образовательное учреждение, а целевыми группами физических лиц — учащиеся и сотрудники школы.

Согласно ст. 5 Федерального закона № 135 ФЗ «Благотворители вправе определять цели и порядок использования своих пожертвований».

Что означает это на практике!

Как правило, цели, на которые будут использованы пожертвования, формулирует благополучатель или благотворительная организация, после чего следует обращение к потенциальному жертвователю.

Благотворитель (жертвователь), если разделяет заявленные цели, то совершает пожертвования, если нет, то свой кошелек не откроет.

Благотворитель обычно уточняет, на что именно пойдут его деньги — например, если он жертвует для малообеспеченных родителей.

Он поясняет, что хотел бы потратить средства на приобретение зимней обуви для детей.

Но есть приоритеты у каждой образовательной организации в отношении: куда потратить деньги!

Конечно, бессмысленно покупать новые парты, если не работает котел в душевой комнате.

В современной образовательной организации сложилась ситуация, при которой конкретные цели благотворительности формулируют благополучатели (что не противоречит закону и принятой практике), т.е. администрация ОО совместно с попечительским советом или родительским комитетом выступает инициатором привлечения пожертвований.

Насколько активное участие принимают в благотворительном процессе сами благотворители, зависит от конкретного общеобразовательного учреждения.

Зачастую администрация ОО, как представитель благополучателя, не всегда согласовывает цели, на которые собираются пожертвования с благотворителей, а иногда и не формулирует их четко даже для себя.

Отсюда пресловутые «нужды класса» или «нужды школы», все чаще вызывающие нарекания.

Вопросы для самоконтроля

1. Определите, что такое целевая аудитория для вашей образовательной организации.
2. Кого можно отнести к потенциальным и реальным спонсорам и жертвователям?
3. Какие мотивы помогают людям откликаться на благотворительность?
4. В чем вы видите особенности и специфику работы с родителями?
5. Чем отличаются родители-бизнесмены?
6. Составляете ли вы «Клиентский список»?
7. Что такое уникальное предложение?
8. Какие методы воздействия на богатых родителей вы знаете?
9. Составьте свой план проведения мероприятия/проекта.
10. Как сформулировать выгодные условия привлечения пожертвований?

11. Какую практику вы используете в отношениях с несогласными родителями?

12. Как реагируют родители на предложения фиксировать суммы пожертвований?

13. Как реагируют разные категории родителей на призыв к регулярности оказания пожертвований?

14. Какие примеры проектов благотворительности вам известны?

15. Какие формы взаимодействия с жертвователями наиболее эффективно работают?

16. Как вы можете оценить эффективность трех тем, которые вызывают отклик у родителей и их готовность платить?

17. Приведите примеры оказания влияния на родителей и доноров со стороны учащихся?

8. ВЫПУСКНИКИ

8.1. Выпускники и выпускники

Интерес выпускников вузов состоит в стремлении стать частью заметной общественностью группы, способствующий развитию и упрочению их социального и карьерного статуса. Этот интерес логично совпадает с целями образовательной организации, поскольку именно высокий социальный статус выпускников является определяющим для ее имиджа. Выпускники нуждаются как в прямой поддержке со стороны ОО в сфере планирования своей карьеры и трудоустройства, так и в укреплении личных и деловых связей между собой. За рубежом в жизни образовательного учреждения активно участвуют выпускники, что помогает оставить им память о себе и поддержать хорошие отношения с учителями.

К сожалению, у нас широко не распространено привлечение выпускников к пожертвованиям, а ведь многие из них становятся влиятельными и состоятельными людьми — бизнесменами.

Выпускники выпускникам — рознь.

Есть выпускники, которыми гордится учебное и с которыми оно поддерживает связь, может обратиться к ним за поддержкой.

Для этого учебное заведение, его сотрудники, чаще руководитель или специалист по PR должны продемонстрировать, что помнят, ценят и гордятся своими выпускниками. Пример такого поведения можно наблюдать в ГБПОУ РО «Ростовский колледж радиоэлектроники, информационных и промышленных технологий»³⁹.

Пример. Знаменитые выпускники

Гордостью нашего учебного заведения являются его выпускники.

Калмыков В.Д. — выпускник РИТа 1934 года, с 1954 по 1974 годы — министр радиопромышленности СССР. Лауреат Государственной премии СССР, Герой Социалистического труда, награжден 7 орденами.

³⁹ Источник: <http://rgkript.ru/znamenityie-vyipuskniki>

Барышевский Л.М. — выпускник РИТа 1933 года, кандидат технических наук, лауреат Ленинской премии за работы в области точного литья по выплавляемым моделям и плавке серого чугуна, работал главным металлургом завода «Ростсельмаш».

Павлов В.Л. — выпускник РИТа 1930 года, проработал в техникуме 75 лет, начинал с лаборанта, закончил преподавателем физики и электротехники.

Ясиок Рудольф — чех по национальности, выпускник РИТа 1941 г., один из первых чехословацких танкистов, командир танка Т-34, участник боев за Киев, Белую Церковь и др. героически погиб. Награжден Золотой Звездой Героя ЧССР (посмертно). Именем Рудольфа Ясиока назван танковый полк чехословацкой армии.

Романенко И.А. — выпускник РАТа 1948 г. Директор Сарепульского радиозавода им. Орджоникидзе, награжден «Золотой звездой» героя социалистического труда, двумя орденами Ленина, орденом «Знак почета».

Корсуненко А.Н. — выпускник РАТа 1947 года. Главный инженер «Укрэнергочермет» Министерства черной металлургии СССР. Награжден орденом «Трудового красного знамени», медалями.

Гончаров С.И. — выпускник РАТа 1949 года. Доктор химических наук, ректор НППИ.

Соколов К.М. — выпускник 1944 года РАТа. Мастер спорта по боксу, заслуженный тренер СССР Тренер заслуженного мастера спорта, олимпийского чемпиона по боксу Льва Мухина.

Гурова Е.П. — выпускница РАТа 1953 года. Старший технолог, начальник гальванического цеха Загорского оптико-механического завода. Начальник гальванического цеха завода «Гранит». Награждена орденом «Знак почета».

Завьялов Н.В. — окончил РАТ в 1955 г., директор Менделеевского центра стандартизации, метрологии и сертификации Госстандарта России.

Корецкий Д.А. — выпускник 1967 года РРПТ — полковник милиции, доктор юридических наук, профессор, член Союза Российских писателей, действительный член Академии экономики финансов и права, награжден медалью ордена «За заслуги перед Отечеством» II степени.

Попов Ю.Б. — окончил РРТТ в 1965 г., кандидат наук, лауреат премии Совета министров СССР. Автор более 30 печатных работ, директор НПП «Монитор», генеральный директор НПП «Центр».

Иванченко Л.А. — окончил РРТТ в 1960 г., доктор экономических наук, депутат Госдумы 2-х созывов, председатель Комитета по делам Федерации и региональной политики.

Заргано Г.Ф. — окончил РРТТ в 1965 г., доцент РГУ, доктор физико-математических наук, член-корреспондент РАЕН, действительный член Международной академии наук о природе и обществе.

Малышев Н.Г. — окончил РРТТ в 1963 г., доцент, профессор, ректор Таганрогского радиотехнического института, вице-премьер в правительстве России, директор государственного НИИ информационных образовательных технологий, член-корреспондент РАН, заместитель Председателя Совета Министров РСФСР, Председатель Государственного комитета РСФСР по делам науки и высшей школы, советник Президента Российской Федерации по вопросам науки и высшей школы, руководитель Центра президентских программ Администрации Президента Российской Федерации.

Николаев В.Н. — окончил РАТ в 1949 году; заслуженный мастер спорта, чемпион Европы, мира, Олимпийских игр по вольной борьбе.

Мариненко Ю.И. — выпускник 1987 года РТРП, полковник полиции, начальник ОВД Октябрьского района г. Ростова-на-Дону.

Сидневцев А.В. — выпускник РТРП 1985 года, заместитель начальника Управления МВД России по Курской области, полковник полиции.

Дрокин И.А. — выпускник РТРП 1985 года. 2006-2008 гг. — начальник Управления по борьбе с организованной преступностью по Ростовской области, полковник полиции. 2008-2011 гг. — начальник Уголовного розыска Ростовской области. 2011 — по наст. время — начальник УгРо управления транспортом МВД РФ по СКФО.

Кононенко О.Г. — выпускник РАТа 1956 года, заслуженный летчик — испытатель СССР, награжден двумя орденами Ленина.

Субботин П.Т. — выпускник РРТТ 1967 года, заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы Российской Федерации.

Зильберман Д.З. — выпускник 1960 года РРТТ, генеральный директор ЗАО «Зрелищный спортивный комплекс «Спорт-Дон», почетный работник физической культуры, президент Федерации фигурного катания Ростовской области.

Лазарев А. И. — выпускник 1967 года РРТТ, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Ростовской области.

Кудряшов С.Б. — выпускник 1989 года РТРП, кандидат технических наук, доцент, начальник учебно-методического управления ГОУ ВПО ДГТУ.

Микулин С.Г. — выпускник РРТТ 1983 года, технический директор НПФ «БЕСТ-М», член экспертного совета комитета Государственной Думы Российской Федерации по делам общественных объединений и религиозных организаций, заместитель директора издательского Дома при Государственной Думе Российской Федерации.

Герасименко Ю.Я. — выпускник РРТТ 1966 года, доктор технических наук, профессор, декан нефтегазопромышленного факультета ДГТУ, заведующий кафедрой автоматизации процессов и производств нефтегазовых комплексов, почетный работник высшего профессионального образования.

8.2. Выпускники поддерживают и участвуют в проектах

Выпускники активно могут участвовать в различных проектах, которые посвящены и бывшим, достигшим пожилого возраста, выпускникам колледжа⁴⁰.

***Пример.** В октябре 2016 года волонтеры молодежного движения «Колокол» из Саранского электромеханического колледжа провели две Благотворительные акции милосердия «ДОБРО БЕЗ ГРАНИЦ» и*

⁴⁰ Источник: <https://docviewer.yandex.ru/?url=ya-disk-public%3A%2F%2F%2FcGmLeLYtSPVVNSadQ5wU7QbaWtjMnd751C%2FnZmxQk%3D&name=%D0%A1%D0%BF%D0%B0%D1%81%D0%B8%D0%B1%D0%BE%20%D0%92%D1%81%D0%B5%D0%BC%20-2016.pdf&c=583ee16e02b4>

«УЧИТЕЛЬ БЫВШИМ НЕ БЫВАЕТ», приуроченные к международному месячнику пожилых людей. В связи с этим от лица координаторов МВД «Колокол» был организован сбор средств для приобретения всех необходимых вещей гигиены для тяжелобольных людей хосписа и подарков Ветеранам колледжа.

Студенты и сотрудники нашего колледжа не смогли остаться в стороне от этого движения и приняли самое активное участие в акциях милосердия. Кроме того, в акции приняли участие спонсоры — меценаты. На все эти средства было приобретено все необходимое и инвалидная коляска для тяжелобольных людей Хосписа. Акция «ДОБРО БЕЗ ГРАНИЦ» прошла 25 октября в ГБУЗ РМ МРКВД, отделение Хоспис. От лица всех участников мероприятия волонтеры МВД «Колокол» вручили привезенные вещи, средства гигиены и инвалидную коляску сотрудникам учреждения для нуждающихся больных людей. Побеседовали с пациентами хосписа, немного скрасив их серые будни. Со слов заведующей отделением Тягушевой Галины Анатольевны, мы единственные волонтеры, регулярно посещающие их, за что они нам очень признательны. Всего у нас 28 ветеранов — достойные люди нашего города, ранее работавшие в нашем колледже и выпустившие не одно поколение студентов. Всех ветеранов поздравили с Международным днем пожилых людей и вручили подарки. Кроме подарков, волонтеры оказали реальную помощь нуждающимся ветеранам колледжа. В частности, Волковой Вере Ивановне ребята подлатали дыру в нижней части постройки

частного дома, в котором она проживает совсем одна, и помочь ей больше никому. 31 октября ветерану нашего колледжа Никоноровой Альбине Александровне исполнилось 70 лет. Волонтеры МВД «Колокол» от лица всего СЭМК поздравили Юбиляршу с Праздником и пожелали всего самого хорошего. Эти акты внимания и помощь так необходимы людям старшего поколения! Им важно знать, что их помнят; что связь поколений не прервана. Присоединяйтесь к нашему молодежному волонтерскому движению «Колокол»! Волонтером может стать каждый из нас! И помните — Помочь от всего сердца может только Человек!!!

Выпускники участвуют в проектах World Skills Russia (см. Приложение № 16. Положение о деятельности специализированного центра компетенций WSR Web-дизайн Тульской области компетенции WEB-дизайн World Skills Russia).

Получило развитие движение всероссийского и международного конкурса профессиональных компетенций World Skills, в котором активно принимают участие студенты и выпускники колледжа.

В колледже создана Ассоциация выпускников Курганского государственного колледжа. Разработано положение об Ассоциации выпускников Курганского государственного колледжа. Главными целями деятельности Ассоциации являются повышение эффективности использования интеллектуального потенциала выпускников, повышение конкурентоспособности и привлекательности образования, полученного в Курганском государственном колледже. В настоящий момент мы создаем банк данных о выпускниках Колледжа, желающих быть членами Ассоциации, который также позволит обеспечить постоянную связь выпускников с Колледжем и между собой⁴¹.

Ассоциация является добровольным объединением выпускников ГБПОУ «МКАГ» с целью сплочения и социального продвижения выпускников колледжа всех поколений⁴².

Ассоциации выпускников колледжей создаются в целях содействия в налаживании социального партнерства, согласовании и реализации взаимных интересов деловых кругов, местных органов власти, образовательных учреждений, общественных организаций, оказания помощи в укреплении материально-технической базы колледжа, работе по организации встреч выпускников колледжа, укреплению связей выпускников с колледжем и между собой. Ассоциация представляет колледж в отношениях с государственными, общественными организациями и иными объединениями граждан и координирует взаимодействие с ними. Кроме того, содействует в организации набора в колледж, привлечении заинтересованных абитуриентов, распространении рекламой информации о колледже. Поэтому выпускники принимают участие в

⁴¹ Источник: http://kurgancollege.ru/graduates/alumni_association

⁴² Источник: http://mcag.mskobr.ru/info_add/associaciya_vypusnikov

Днях открытых дверей, выставках, круглых столах, конференциях, мероприятиях, имеющих для колледжей значение.

Деятельность по привлечению к участию в жизни колледжа выпускников, как правило, прописана в Положении об ассоциации выпускников колледжей и вузов.

8.3. Ассоциации выпускников

Основные задачи Ассоциации:

— создание банка данных о выпускниках колледжа в целях поддержания товарищеских связей между ними, укрепления контактов с колледжем, привлечения к деятельности Ассоциации;

— создание на сайте университета web-страницы «Ассоциация выпускников колледжа»;

— создание банка данных для формирования кадрового резерва предприятий и организаций по профилю подготовки выпускников колледжа с целью их эффективного трудоустройства;

— содействие развитию эффективных форм повышения квалификации выпускников колледжа в области полученной специальности, современных информационных технологий и экономической подготовки;

— содействие повышению эффективности использования интеллектуального потенциала выпускников колледжа и его возможностей в подготовке и переподготовке рабочих и инженерных кадров с целью развития и укрепления промышленного и кадрового потенциала региона;

— разработка и осуществление проектов, способствующих развитию колледжа и его кафедр, лабораторий, центров НИОКР;

— учреждение стипендии Ассоциации для награждения лучших студентов, колледжа;

— содействие колледжу в работе по профориентации молодежи и новому набору абитуриентов;

— организация выставок, конференций, семинаров, конкурсов и т.д.; производство фото- и видеоработ, печатных работ (выпуск печатных изданий);

— содействие созданию эффективных форм участия выпускников колледжа в развитии современной материальной базы колледжа, реализации проектов и программ в интересах колледжа;

— обеспечение финансовых инвестиций для развития Ассоциации (приоритет-благотворительные вклады выпускников колледжа);

— формирование символики и традиций Ассоциации, поддержание традиций колледжа;

— создание условий для приоритетной реализации научно-технических разработок членов колледжа;

— организация и проведение встреч выпускников колледжа;

— установление и поддержание контактов с аналогичными организациями других колледжей, осуществление обмена с ними делегациями и рабочими группами, опытом работы и информацией;

— выпуск информационного бюллетеня, освещающего деятельность Ассоциации;

— издание Справочника выпускников колледжа для распространения среди членов Ассоциации, в котором (с их согласия) будут публиковаться (по годам и программам) данные об их фирмах, приведены адреса и телефоны;

— становление и развитие международной деятельности Ассоциации.

Активно сотрудничают с образовательными учреждениями специализированные фонды.

Например, Фонд поддержки образования и науки «Рекурсия», созданный выпускниками МГУ.

Кто мы? Мы — бывшие студенты Университета. Все мы когда-то обтирали спинами стены коридоров своих факультетов в ожидании следующей пары. Нам знакомы и длинные ночи за учебниками, и вкус доширака, и эйфория после закрытой сессии.

Каждый из нас прошел собственный путь эволюции из восторженного первокурсника в первоклассного специалиста. Инерция хорошего образования столь велика, что ее хватает для успешного старта в любых сферах жизненной деятельности. Даже среди бывших однокурсников есть ученые и бизнесмены, программисты и сейлз-менеджеры, спортсмены и авторемонтники. Мы живем по всему миру, на всех континентах (кроме разве что Антарктиды). У нас различные взгляды на жизнь и собственные системы ценностей.

Что нас объединяет? А объединяет нас форум студентов и выпускников МГУ — когда-то это был единственный форум студентов, проживающих в общежитии ГЗ МГУ. Именно на этом форуме родилась и нашла свое воплощение идея создания нашего фонда — стипендии Сообщества выпускников МГУ.

Что мы хотим сделать для тебя? В общем-то, мы просто хотим дружески пожать руку тебе, студент-младшекурсник, — и пожелать достигнуть всего того, о чем ты мечтаешь (о чем и мы сами когда-то мечтали). Приободрить тебя и поощрить твою любовь к знаниям (хотя, говоря откровенно, среди нас полно троечников!). — А еще мы будем верить в тебя, в твои силы и в твой потенциал.

С выпускниками надо и можно говорить открыто лично и по почте, телефону признаваться в благодарности тем, кто выделяет средства.

Стандартное благодарственное письмо является хорошим местом для начала, но это только начало. Персонализировать письмо, добавив рукописную записку. Принести донору цветы от студентов в сопровождении студентов.

Есть одно важное и эффективное направление работы с выпускниками — это создание специального сайта, подраздела сайта, где можно привлекать внимание выпускников к делам колледжа, собирать пожертвования на проекты. Проекты станут привлекательными, если они отвечают профессиональным настроениям и потребностям выпускников бизнесменов, предпринимателей.

Благодарности за повседневную работу с выпускниками, результаты этой работы надо освещать в социальных сетях.

Благотворительность выпускников колледжа выражается в оказании помощи колледжу в укреплении материально-технической базы.

Благотворительность выражается не только деньгами, но и бесплатным, добровольным участием в делах колледжа. На это надо потратить силы и время.

Например, помощь колледжу в исследовании рынка труда, спроса на образовательные услуги колледжа, отношении к определенным профессиям / специальностям. Возможно, что кто-то трудится в исследова-

тельских агентствах, является информационным аналитиком. Это может быть полезная для обеих сторон деятельность.

Ассоциация выпускников колледжа прописывает содействие в привлечении выпускников колледжа к участию в мероприятиях, проводимых в рамках профориентации и профконсультирования.

Это:

— содействие развитию эффективных форм организации образовательного процесса и научно-методических исследований;

— содействие совершенствованию и развитию культурно— воспитательной работы со студентами;

— организация профориентационной работы с абитуриентами по пропаганде специальностей колледжа, содействие в трудоустройстве выпускников колледжа,

— организация социального партнерства, согласование и реализация взаимных интересов работодателей, государственных и местных органов власти, образовательных учреждений, общественных организаций с колледжем;

— использование опыта и возможностей выпускников для реализации образовательных, научно-методических, экономико-производственных проектов, относящихся к области стратегического развития колледжа.

Направления работы с выпускниками.

См. Приложение № 6. Положение об ассоциации выпускников.

Вопросы для самоконтроля

1. Поделитесь своим опытом работы с выпускниками в целях привлечения пожертвований.

2. Как вы выделяете успешных выпускников, которые готовы сотрудничать с образовательной организацией?

3. Как ваши выпускники поддерживают и участвуют в проектах?

4. Охарактеризуйте активную работу Ассоциации выпускников.

9. ВОЛОНТЕРЫ И ВОЛОНТЕРСКОЕ ДВИЖЕНИЕ

9.1. Принципы волонтерского движения.

9.2. Волонтерское движение учащихся — отдельная тема для понимания фандрайзинга.

Вопросы для самоконтроля.

Нельзя обойти непосредственных участников процесса, а именно волонтеров, без которых само понятие благотворительность утратило бы всякий смысл. Это отдельные студенты, учащиеся, активная часть молодежи.

Основные цели и задачи волонтерской деятельности в образовательной организации.

1. Волонтерская деятельность предоставляет возможность молодым людям проявить себя, реализовать свой потенциал и получить заслуженное признание посредством их вовлечения в социальную практику.

2. Среди основных задач волонтерского движения в СПО:

— популяризация идей волонтерства (добровольчества) в колледже;

— создание оптимальных условий для распространения волонтерского движения и участия в социально значимых проектах и акциях;

— воспитание активно гражданской позиции, формирование лидерских и нравственно-этических качеств, чувства патриотизма;

— создание условий для формирования таких общечеловеческих качеств, как доброта сочувствие, ответственность;

— участие в подготовке и проведении массовых социально-культурных, информационно-просветительских и спортивных мероприятий;

— вовлечение обучающихся колледжа в мероприятия по пропаганде здорового образа жизни;

— создание условий для формирования у обучающихся положительной мотивации к общественной деятельности;

— формирование навыков, необходимых для взрослой жизни и профессиональной деятельности через волонтерские акции;

— налаживание сотрудничества с социальными партнерами для совместной социально-значимой деятельности;

— создание и использование межрегиональных связей с другими общественными (волонтерскими) организациями для совместной социально-значимой деятельности;

— организация обучающих семинаров для участников волонтерского движения.

См. Приложение № 14. Положение о клубе волонтеров.

9.1. Принципы волонтерского движения

К основным и незыблемым принципам волонтерского движения относятся:

1. Отсутствие вознаграждения.
2. Добровольность, отсутствие принуждения.
3. Польза обществу, людям, окружающей среде.

Организаторами волонтерской деятельности могут выступать педагогические работники при участии органа студенческого самоуправления при содействии общественных объединений и организаций.

Волонтеры пользуются атрибутикой и символикой колледжа. В клубе или центре волонтеров могут быть назначены комиссары или командиры отрядов, утверждаемые Студенческим советом колледжа.

Волонтерская деятельность становится распространенным явлением.

Во-первых, образовательные организации стремятся быть ответственными в глазах органов власти, которые разрешают и контролируют образовательную и воспитательную деятельность образовательных организаций.

При этом ОО стремится иметь хорошую репутацию среди родителей, студентов и педагогов. Она стремится к тому, чтобы сотрудники чувствовали себя удовлетворенными, чтобы им нравилось работать в совестливом и дружном коллективе. Каждый участник образовательного процесса в колледже испытывает чувство своей причастности не

только к повышению качества образовательного процесса, но и к чему-то большему, связанному с добротой, справедливостью, милосердием.

Для колледжа или вуза, а также школы, да и для ДООУ волонтерство воспринимается как корпоративная ответственность. Такой термин стал устойчивым и с ним следует считаться. Имеется в виду, что волонтерское движение в образовательной организации не должно восприниматься и пониматься как исключительно привлечение к благотворительным акциям студентов или родителей. Это общая корпоративная ответственность, социальная ответственность всего коллектива участников повышения имиджа и репутации образовательной организации, учреждения.

Волонтерство — выгодная практика во всех отношениях, для всех сторон участников повышения эффективности образовательной деятельности.

Она активно работает на имидж образовательной организации как социально-ответственного учреждения, способствует повышению лояльности сотрудников и органов муниципальной и федеральной власти, которые объективно заинтересованы в укреплении нравственности, общественной морали и гражданской зрелости всех заинтересованных категорий образовательной организации, в первую очередь, учащихся.

Пример успешного внедрения корпоративного волонтерства.

В свое время я участвовала в образовательной поездке в Великобританию, где знакомилась с опытом самых разных компаний в сфере корпоративной социальной ответственности. Это было уже где-то лет десять назад. Меня удивило, что наши компании давали очень большие деньги на благотворительность. А там благотворительность заключалась не в раздаче денег, а в том, что они всячески поощряли своих сотрудников к волонтерской деятельности. Делали это по-разному. Например, одни предоставляли сотруднику возможность раз в месяц не приходить на работу, а идти, например, в общественные школы и проводить там уроки. Был какой-то банк со штаб-квартирой в Лондоне. В том месте, где находился их офис, там были проблемы с уровнем образования в общественных школах.

Чтобы поучаствовать в жизни сообщества, делать что-то хорошее, а с другой стороны, делать это не только выдавая деньги, но и мотивируя сотрудников.

И довольно много сотрудников проводили уроки по тем темам, которые им ближе. При этом решали очень много задач: помогли обществу, участвовали в благотворительной деятельности, что влияло на репутацию этого банка. Иногда компания, занимающаяся благотворительной деятельностью, забывает рассказывать об этом даже своим сотрудникам. Часто сотрудники даже не знают, что компания, в которой они работают, помогает городу или району. А когда она помогает через своих сотрудников, то, естественно, они чувствуют, что это они своими руками несут добро. Еще один бонус для компании от корпоративного волонтерства — что сотрудники оказываются вовлечены в деятельность и осведомлены, что компания занимается благотворительностью. У нас сейчас много компаний, которые занимаются подобными вещами: и бывшее «Трансаэро», и «Лукойл». Много западных компаний, которые у нас работают, вовлекают своих сотрудников. Это и ВАТ, и «МДМ-банк», «Билайн», Nestle, «Внешэкономбанк»⁴³.

См. Приложение № 15. Этический кодекс колледжа

9.2. Волонтерское движение учащихся — отдельная тема для понимания фандрайзинга

Волонтерское движение или добровольчество может быть двух видов — пожертвование денежных средств (спонсорство) и непосредственное оказание помощи в виде трудовых и иных затрат (волонтерство). Основным критерием участия в волонтерской деятельности является желание и способность человека послужить ближнему, помочь ему.

Студенты Краснотурьинского индустриального колледжа выбрали для себя второе — оказание помощи людям старшего поколения. Они создали орган студенческого самоуправления клуб волонтеров «Добрый КИТ»⁴⁴.

⁴³ <http://philanthropy.ru/intervyu/2016/03/09/35511>

⁴⁴ http://kikin96.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=124&Itemid=114

В 2016 году было разработано и утверждено специальное положение о клубе волонтеров колледжа⁴⁵.

Волонтерская работа бывает разная и каждый помогает, чем может, а все вместе волонтеры города делают одно большое доброе дело для тех, кто в этом нуждается, отмечается на сайте колледжа. Здесь же можно увидеть красочный фотоотчет о деятельности клуба волонтеров колледжа⁴⁶.

Еще один убедительный пример волонтерского участия студентов одного из колледжей. Курский базовый медицинский колледж⁴⁷.

Пример.

В целях пропаганды здорового образа жизни, семейных ценностей и реализации проектов муниципальной программы «Формирование здорового образа жизни», улучшение демографической ситуации в городе Курске на 2014-2018 годы» специалистами МБУ ГЦСП «Спектр» была разработана комплексная программа «Школа волонтера». 481 октября 2015 года состоялось первое занятие в рамках данной обучающей программы. Более 30 студентов колледжа решили участвовать в реализации данной программы 22 сентября 2016 года: чудотворную икону Божией Матери «Знамение» Курская Коренная, которая находится в США, вновь привезли на место ее обретения — в Курскую область. Святыню доставили в Коренную Пустынь в Золотухинском районе. 25 сентября чудотворный образ крестным ходом перенесли в Курск — в Знаменский кафедральный собор. Традиционно в медицинском сопровождении крестного хода участвовали волонтеры нашего колледжа.

На сайте колледжа размещается информация о добрых делах студентов с призывом участвовать в благотворительных акциях.

Пример — Читинский политехнический колледж⁴⁹.

⁴⁵ Источник: http://kikinfo96.ru/images/stories/Volonters/Dobryi_KIT

⁴⁶ Источник: http://kikinfo96.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=762%3A2010-01-20-10-54-39&catid=49%3A2010-01-11-05-02-45&Itemid=114&showall=1

⁴⁷ Источник: <http://kurskmk.ru/volontery-kolledzha-%C2%ABvmy-ryadom%C2%BB.html>

⁴⁸ Источник: <http://www.kurskmk.ru/node/862>

⁴⁹ Источник: <http://chptk.ru/news/volontery/2016-11-07-423>

Пример.

2 ноября волонтеры колледжа Пыхалова Анастасия (СД-25), Татьяна Барковская (ЭС-15), Петр Ченский (СДМ-14) и Татьяна Дутова (ЭК-13) порадовали своим визитом Наталью Андреевну. Наталья Андреевна всю свою жизнь честно работала в нашем городе воспитателем детского сада, после ухода на пенсию она, к сожалению, по состоянию своего здоровья не может делать привычные всем дела по дому. Волонтеры колледжа с радостью помогли очень приятной женщине в этом. Эта работа, что была выполнена за 2 часа, была бы для одинокой женщины невыполнимой. Спасибо тем ребятам, которые откликнулись на призыв о помощи. Хотелось бы обратиться ко всем студентам нашего колледжа — не оставайтесь равнодушными, творите добро, и оно обязательно к вам вернется. Ведь все мы с вами живем на одной планете, и мы сами создаем этот мир. Так пусть он будет строиться на добрых поступках, честности и благородстве.

Встреча студентов с участниками волонтерского отряда «Навстречу жизни»

Пример. 16 ноября 2016 г. в общежитии № 2 прошла встреча студентов с участниками волонтерского отряда «Навстречу жизни» Забайкальского Государственного университета, которые провели кино-тренинг, посвященный Дню толерантности. Просмотренный фильм о проблемах инвалидов и обсуждение этого фильма, думаем, заставили о многом задуматься. Эта встреча с волонтерами наталкивает на мысль о хороших делах и поступках, ведь степень взрослости проверяется поступками.

На сайтах колледжей можно найти Положение о волонтерских движениях и клубах. См. Приложение № 7.

Например. Положение о волонтерской деятельности отряда «Волонтер» ОГБПОУ «Сасовский индустриальный колледж им. В.М. Шемарова»⁵⁰.

⁵⁰ Источник: <http://techind.ru/docs/polozhenie/volonterotryad2016.pdf>

Положение о волонтерском движении. ГБПЦУ Краснодарского края «Новороссийский колледж радиоэлектронике и приборостроения»⁵¹.

Не все акты милосердия имеют благотворительную направленность и требуют внимания к таким явлениям педагогов и руководителей добровольческих движений в образовательных организациях.

Есть и, как сегодня выражается молодежь, «тролли». В благотворительной деятельности не принято, чтобы сборщиками пожертвований на улице выступали промоутеры, получающие за это деньги. Тем более не принято, чтобы они работали «от процента». Однако законы фандрайзинга в нашей стране практически не прописаны, а несоблюдение существующих внутри благотворительного сообщества обычаев — не преступление.

Вот несколько негативных примеров и методы борьбы с лжеволонтерами.

***Пример 1.** Нашумел сбор самарского фонда «Наши дети» на улицах Москвы. Его представители у промо-стоек с ящиками для пожертвований путались в показаниях: то ли они работают за оклад (100-200 рублей в час), то ли трудятся как волонтеры, то ли организатор «иногда по желанию премирует их из личных средств».*

***Пример 2.** Сборщики пожертвований фонда «Во благо жизни» сказали корреспонденту «Милосердия.RU», что получают 10% от собранных средств. В этом случае они становятся уже не волонтерами и даже не сотрудниками, а своего рода предпринимателями.*

Спрашивайте номер телефона! При уличном сборе волонтеры должны без труда указывать не только адрес сайта, но и фактический адрес и телефон организации. У долго и стабильно работающей организации должен быть городской телефон (однако его отсутствие еще не значит, что фонда не существует). Если адрес на сайте фонда и в документах волонтеров-сборщиков не совпадает, стоит задуматься. Если телефонов нет вовсе или они не отвечают, это еще более тревожный знак. Иногда только звонок может внести ясность.

⁵¹ Источник: http://www.novkrp.ru/data/polojenie_volontdviij.pdf

Пример 3. В материалах, с которыми ребята из фонда «Во благо жизни» собирают деньги, указан адрес фонда «Наставнический переулок, д. б» и телефон +7 (495) 799-29-43. Однако этот номер телефона «временно заблокирован», а поиск в интернете по телефонному номеру дает его соответствие с адресом «Большая Никитская, 22/2», где базируется некое общественное движение «Формула добра». И вот тут-то можно наконец-то увидеть хоть какие-то сведения об уличной акции и фотографии тех самых «волонтеров», которые собирают деньги. Спрашивайте документы. У каждого представителя должны быть доказательства его причастности к организации: доверенность или волонтерский договор, заверенные печатью фонда и подписью его руководства. Если это бейдж, то на нем должен быть личный номер сотрудника или волонтера, телефон, по которому можно связаться с руководством.

Пример 4. Молодые люди, собиравшие средства на Патриаршем мосту в пользу фонда «Во благо жизни», сообщили корреспонденту «Милосердие.RU», что все их документы «у Дэнька остались». Это достаточное основание не давать денег.

Пример 5. Фандрайзеры фонда «Детские деревни-SOS», при том, что не берут наличных, а только предлагают подписаться на пожертвования через интернет на официальном сайте организации (они имеют с собой планшеты), всегда имеют при себе документы и доверенность от фонда.

Проверяйте в интернете. Если в вашем телефоне или планшете есть интернет, не стесняйтесь зайти на сайт фонда, от имени которого идет сбор. Если сайта вовсе нет — это более чем тревожно. Фонд, занимающийся публичным сбором средств, но не давший себе труда создать сайт, скорее всего, не отчитается о том, сколько денег собрали и на что их потратили, — ему просто негде это сделать. Если сайт есть, там должны быть:

а) сведения о проходящей уличной акции с указанием адресов и сроков,

б) отчеты о собранных и израсходованных средствах (если фонд не оказывает адресной помощи, это могут быть отчеты по программам фонда только за прошлый год, но отчеты должны быть).

Пример 6. 19 сентября 2014 года в Москве были замечены сборщицы в футболках с сердечками и надписями «Во благо жизни», с символикой одноименного фонда. Фонд содействия духовному, физическому и творческому развитию личности «Во благо жизни» существует с 2008 года, но до сих пор не обзавелся сайтом. За это время акции фонда бывали благосклонно замечены прессой: это в основном организация концертов звезд перед детьми из детских домов. Если сборщицы имели отношение к фонду «Во благо жизни», то по меньшей мере странно, что фонд, начинающий уличную акцию, не имеет сайта, а имеет только безлюдную (на 15 участников) группу в социальной сети «В контакте», где ни разу не публиковались новости. Президент благотворительного фонда Вероника Евгеньевна Саратовская, указанная как контактное лицо, последний раз заходила в социальную сеть 20 сентября 2011 года, о чем «ВКонтакте» поведала при попытке с ней связаться. Не удалось связаться с представителями фонда и другими способами⁵².

Сегодня мы все чаще говорим о новых тенденциях по доступу негосударственных некоммерческих организаций к социальным услугам, которые оказываются населению за бюджетный счет. В этом смысле роль добровольцев очень велика, так как большинство из них участвуют в этой деятельности посредством некоммерческих организаций⁵³.

Пример.

Программа форума «Доброволец России-2016» была ориентирована на объединение усилий добровольческих организаций, органов власти, бизнеса, средств массовой информации, общественности с целью организации эффективной добровольческой и благотворительной деятельности на территории России.

С 2011 года форум имеет постоянную прописку в Пермском крае. Я думаю, именно с той поры началась некая вакцинация добровольче-

⁵² Источник: <https://www.miloserdie.ru/article/na-ulice-sobirayut-dengi-na-dobroe-delo-10-sovetov-tem-kto-dostaet-kupyuru>

⁵³ См.: <http://perm.mk.ru/articles/2016/11/30/dobrovolcy-rossii-obmenyalis-ideyami-v-permi.html>

ством нашей молодежи, которая продолжается по сей день. Добровольчество, волонтерство определяют все основные направления молодежного движения Пермского края. В регионе создан реестр некоммерческих, волонтерских и добровольческих организаций. На сегодняшний день их более двухсот. Это серьезное достижение края. Уже более 500 человек являются организаторами и инициаторами проектов. Один из таких проектов — инклюзивный лагерь «Дружба», единственный инклюзивный лагерь в Приволжском федеральном округе. В рамках форума состоялись панельные сессии «Равные возможности. Доступная среда», «Корпоративное добровольчество как компонент устойчивого развития бизнеса», «Продвижение проектов на международном уровне. Развитие общественной дипломатии», «От добровольчества к трудоустройству», «Третий сектор как поставщик профессиональных услуг». Второй день форума был посвящен практическим вопросам реализации добровольческой деятельности. Для участников и гостей были организованы воркшопы, мастер-классы и тренинги с целью обучения организации эффективной социально значимой деятельности.

Вопросы для самоконтроля

1. Что собой представляет студенческое самоуправление в образовательной организации?
2. Дайте характеристику участия ваших студентов в волонтерском движении?
3. Предложите свой проект, подобный проекту: «Союз друзей колледжа». Оцените его целесообразность.
4. Как ваши студенты участвуют в реализации проектов: World Skills?
5. Какая практика сложилась у вас в развитии волонтерского движения?
6. Как волонтерское движение учащихся связано с благотворительной деятельностью?

10. ОТНОШЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ С ВЛАСТЬЮ, КОММЕРЧЕСКИМИ И НЕКОММЕРЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ (НКО)

10.1. Участие государственных, муниципальных органов власти в поддержке благотворительной деятельности

Взаимоотношения УСПО и Учредителя, Минобрнауки РФ, Рособнадзора хорошо известны.

Государственные и муниципальные органы власти все более понимают и нацелены на поддержку деятельности СПО.

Отдельное внимание российским фондам. Российские фонды.

РФФИ (Российский Фонд Фундаментальных Исследований) РГНФ (Российский Гуманитарный Научный Фонд), НФПК (Национальный Фонд Подготовки Кадров), МОНФ (Московский Общественный Научный фонд), Фонд содействия отечественной науке, Фонд Потанина, Фонд М. Прохорова (культурных инициатив), Фонд «Филантроп», САФ Россия (Российский Филиал британского Фонда поддержки и развития филантропии), Фонд Андрея Первозванного, Благотворительный фонд «Система».

Есть специальные фонды академической мобильности, международного обмена студентами и преподавателями.

Тут надо научиться составлять заявки!

Местные власти часто проводят свои конкурсы (World Skills), учреждают именные стипендии (В. Потанина), гранты и т.д.

Информацию о них можно найти в Интернете на городских порталах.

World Skills Russia стала предметом пристального внимания Минобрнауки РФ и является частью мониторинга СПО.

Получает новые ориентиры Национальный чемпионат «Молодые профессионалы» (World Skills Russia) — чемпионаты профессионального мастерства по стандартам World Skills.

Разворачивается проектная деятельность для первого и второго курсов в ведущих вузах страны, наращиваются связи между образованием и реальным сектором экономики.

Академическая активность УСПО. Есть еще одно направление, связанное с наращиванием компетентностей в сфере благотворительности. Это активность самих образовательных организаций, которые стремятся разобраться в этих вопросах и проводят специальные мероприятия.

Пример.

В октябре 2016 г. состоялся 2-й форум академического фандрайзинга, организованного УФУ (Уральским федеральным университетом). В форуме приняли участие:

- Елена Чернышкова, президент, председатель правления благотворительного фонда «Система»,
- Оксана Орачева, генеральный директор Фонда В. Потанина, председатель Совета Форума Доноров,
- Владимир Бушуев, директор Фонда Андрея Первозванного,
- Мария Черток, директор САФ Россия, (росс. Филиал британского Фонда поддержки и развития филантропии).
- Татьяна Задирако, руководитель Программы «Сбербанк-Вместе».

7–9 июня состоялась XX Международная практическая конференция «Белые ночи фандрайзинга». Как отмечают организаторы, участники получили готовые решения для привлечения средств. Познакомились с международным опытом с поправкой на российские реалии. Поделились опытом коллег-практиков и специалистов смежных областей⁵⁴.

НИОКР приобретает черты сетевого взаимодействия образования и работодателей.

Журналисты пока не в состоянии рекламировать и поддерживать техническое творчество молодежи. Все только начинается.

Организация участия студентов в городских мероприятиях, развитие клубной профессиональной работы, волонтерское движение, проектная деятельность, участие и победы в спорте, участие в культурных

⁵⁴ Источник: <http://fr.crno.ru>

мероприятиях и конкурсах федерального уровня и других может многократно повысить авторитет, репутацию, имидж УСПО и его конкурентоспособность.

Отдельная тема для благотворительности: World Skills Образовательные и Профессиональные стандарты. Профессии: «ТОП-50».

Разработка образовательных программ СПО в контексте новых профессиональных стандартов, включая компетенции World Skills, профессий XXI века «ТОП-50» логично потребует взаимодействия с представителями профессионального сектора экономики. Эту помощь может и должна оказать местная власть, учредители СПО.

Смысл один — активизация в развитии проектов на благо учащихся и на благо работодателей, общества в целом дает свои плоды и выводит благотворительность на новый реальный уровень.

Следует помнить, что местная администрация, правительство заинтересованы поддерживать спортивные мероприятия: забеги, гонки, марафоны. Охотно помогают привлечь для этого спонсоров. Например, компанию «Кока Кола».

Участие чиновника в социальных проектах выгодно для любой образовательной организации и любого чиновника.

Это связи с государственными органами власти (GR) для вашей образовательной организации и «зачет» для чиновника, если его увидят в СМИ.

Чиновнику желательно выступить на большой территории. Например, на площади - все его увидят, а в парке на коммерческой основе, типа: забег — никто!

Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» предусматривает право каждой образовательной организации на развитие собственной образовательной программы. Сегодня школа — это вариант индустриальной эпохи, когда дети групповым методом получают знания, сидят, слушают, что им говорит учитель.

Современное образование — это коллективная форма и индивидуальная изнутри. Индивидуальная программа — это когда дети могли найти себя, определить свои склонности и способности, понять, что им интересно, и потом в этом направлении углубляться. Второе направление - научить учащихся ответственно распоряжаться собственной жиз-

нию. Это уже свой личностный проект с целями, задачами, ценностными основаниями, с привлечением ресурсов, пониманием способов достижения целей, проверкой результатов, в том числе ценностных оснований. Для того чтобы выпускник это умел делать, нужно развивать проектную деятельность.

Проект — это сложная история с постановкой целей, с движением по плану, с оценкой целей и рефлексией. Это технология, которая постепенно выводит на жизненный проект как на образовательную цель. Для этого нужно понимание власти и ее поддержка. Такая поддержка получила название «Умная школа».

Пример⁵⁵.

Образование на перекрестке, где все расцветает

Губернатор Приангарья Сергей Левченко по итогам градостроительного совета дал добро на выделение без торгов земли под строительство в Иркутске «Умной школы». Возвести уникальный для России образовательный комплекс, архитектурную концепцию которого создало датское бюро Sebra при поддержке КБ «Стрелка», планируется в 2019 году. Здания комплекса будут построены так, что сформируют круг, который символизирует историю единения людей на Земле между собой, что особенно важно для детей-сирот, которые будут учиться в «Умной школе» вместе с детьми из обычных семей. Но самое главное, что и обучаться в «Умной школе» дети будут по особой программе, которая должна помочь им выявить свои таланты и умения, развить их, а кроме того, научить проектному подходу к работе и жизни. По задумке авторов «Умной школы» школьники должны уметь ставить перед собой цели и задачи и уметь находить способы их достижения. При этом образовательная программа «Умной школы» позволяет детям готовиться к сдаче ГИА и ЕГЭ, как программа в любой общеобразовательной школе. Проект подобного масштаба впервые планируется реализовать не только в Иркутске, у него вообще нет аналогов в России, поэтому сложностей у авторов идеи возникает немало. Однако

⁵⁵
taet.html

<http://baikal.mk.ru/articles/2016/07/19/obrazovanie-na-perekrestke-gde-vse-rascvet>

его создатели в своем успехе не сомневаются, говорит руководитель проекта «Умная школа» Марк Сартан. Есть инвестор — это благотворительный фонд «Новый дом», который готов вкладывать собственные средства. Еще напомню, что все, что обещано, будет выполнено исключительно в соответствии с законодательством РФ, незаконные способы мы не рассматриваем. Поэтому я, честно говоря, не понимаю этого стойкого недоверия, когда уже давно, в общем, все продемонстрировано и показано. Причины выбора участка абсолютно прозаические: было предложено семь участков, и либо это были участки, что называется, в чистом поле, либо в городе, но там было жилье, которое надо было бы расселить, что сделало бы проект просто космическим по цене. Проект «Умная школа» создается на частные деньги, он благотворительный и не предполагает окупаемости. Поэтому и был выбран единственный участок, который находится в черте города, имеет хорошую транспортную доступность, не конфликтует с существующей городской застройкой и соответствует масштабу проекта по площади. Назначение земли не должно никого никоим образом беспокоить, потому что это называется «разрешенный вид использования». Есть еще «условно разрешенный вид использования» под строительство социальных объектов. Оба варианта имеют право на существование, просто выбирается тот, который будет оформлен в правилах землепользования и застройки. Сейчас земля включена в правила землепользования и застройки Иркутска с данным видом использования, но после того как изменения в правила будут внесены, будет изменен вид разрешенного использования. В целом тенденция, когда город выбирает строительство социально значимых объектов вместо уплотнительной жилой застройки, весьма актуальна во всем мире. Отрадно, что Иркутская область и в этом выделяется среди российских регионов.

10.2. Участие коммерческих организаций в благотворительной деятельности

Образовательные организации должны понять интересы коммерческих организаций. Чаще всего коммерческие организации (фирмы и компании) готовы к участию в спонсорской деятельности, которая является частью благотворительной практики.

Для них, как для спонсоров важно, что о них напишут СМИ. Участие сотрудников компании может повысить имидж организации и ценность благих дел компании.

Участие в спонсорских и других благотворительных проектах коммерческих компаний связано с их стремлением уйти от циничности и равнодушия.

Надо помнить, что крупные компании любят большой охват. Это их паблисити. Если вы сможете привлечь к этому журналистов, организовать интервью со спонсорской организацией, ее представителем — это повысит шансы на успех для долгосрочного сотрудничества коммерческой компании и вашей образовательной организации.

Следует помнить, что местная администрация, правительство заинтересованы поддерживать спортивные мероприятия: забеги, гонки, марафоны. Охотно помогают привлечь для этого спонсоров. Например, компанию «Кока Кола».

Участие чиновника в ваших социальных проектах выгодно для любой образовательной организации и любого чиновника. Это связано с государственными органами власти (GR) для вашей образовательной организации и «зачет» для чиновника, если его увидят в СМИ.

Чиновнику желательно выступить на большой территории. Например, на площади — все его увидят, а в парке на коммерческой основе, типа: забег — никто!

Для поддержки своих социальных мероприятий, проектов следует искать благотворительные фонды, некоммерческие организации — НКО. У них опыта в этих вопросах больше и с ними надо искать контакты и выстраивать взаимовыгодные отношения.

Пример⁵⁶.

Владимир Путин, как писал «МК», вначале встретился с благотворителями-олигархами, давшими деньги на создание Центра, а затем принял участие в заседании попечительского совета Фонда «Талант и успех», реализовавшего эту идею. У олигархов глава государства попросил новых финансовых вливаний. А лучшим студентам пообещал президентские гранты с ежемесячной стипендией в 20 тыс. руб., но с обязательством потом трудоустроиться на родине. «Сириусу», который проработал всего лишь год, есть, чем гордиться, рассказала глава Фонда «Талант и успех» Елена Шмелева: «80% всех победителей и призеров ведущих олимпиад для школьников — выпускники Центра» (правда, как знают родители олимпиадников, в «Сириус», как правило, приглашают уже состоявшиеся таланты, причем не на столь долгие смены). При этом вокруг него сложилась сеть самых сильных школ и педагогов, которые сюда приезжают, чтобы передать свой опыт другим педагогам». Другими словами, позитивный опыт пошел «вширь». Путин, по его словам, также доволен увиденным в Центре: - Впечатление у меня позитивное — надеюсь, что и у вас тоже. Считаю, что деятельность в целом соответствует нашим желаниям и планам поддержки талантливых детей. За прошедшие 13 смен здесь успели поучиться более 6,6 тыс. школьников из всех российских регионов, а выпускниками каждой смены становились 600 ребят. Впрочем, главное - что выпускники «Сириуса» получили не только знания, но и опыт работы в команде, который, надеюсь, они понесут дальше - в свои школы и классы.

Поиск и поддержка юных талантов - лишь одна из целей создания Центра. Не менее важная задача — создать прочную связь между системой образования с ее главным продуктом — выпускниками — и реальной экономикой страны. С этим у нас до сих пор были серьезные проблемы, которые, по словам главы государства, призван, в частности, решать «Сириус». И даже, кажется, начал решать: - На успехи Центра сегодня обратили внимание руководители крупнейших компа-

⁵⁶ <http://www.mk.ru/politics/2016/07/19/putin-v-sochi-rasskazal-o-sposobe-ostanovit-ute-chku----talantov-iz-rossii.html>

ний. Они будут продвигать свои предложения по развитию центра. При этом крайне важно, чтобы и на местах стремились к созданию таких центров, создавали условия для развития талантливых учащихся. При этом надо, чтобы ребята умели применять полученные здесь знания в своих школах при изучении таких предметов, как физика, химия, биология. И многое еще надо сделать, чтобы оборудовать эти площадки современной техникой и материалами.

Вопрос возвращения отечественных талантов — стратегический, подчеркнул президент: - Сегодня в мире нарастает борьба за интеллектуальные ресурсы. И для нас крайне важно не потерять ни одного талантливого ребенка. Сохранение талантов должно быть приоритетом работы Фонда, и я рассчитываю, что в будущем он станет методическим центром для аналогичной работы во всех регионах.

Пока же, как оказалось, происходит вот что. С этого года, сообщил Путин, для лучших выпускников «Сириуса», поступивших в вузы, «Фонд стал выплачивать президентские гранты на ежемесячную стипендию в сумме 20 тыс. рублей. 450 таких договоров уже заключены». Правда, сделано это в обмен на то, что «все грантополучатели заключили договор о последующем трудоустройстве в России». О гарантиях такого трудоустройства президент не распространялся. Однако отдавать возвращенные с таким трудом отечественные таланты «на сторону» он явно ненамерен.

В настоящее время все большее количество бизнес-организаций и коммерческих компаний занимается благотворительностью.

Компании имеют заинтересованность в сближении с ОО.

Как показывает практика потенциальные участники благотворительной деятельности (УСПО и ВО и компании) нуждаются в сближении по нескольким основаниям:

- услуги служб/центров карьеры по размещению резюме выпускников для нужд компаний и их подборе молодых специалистов,
- формированию вакансий,
- партнерскому участию в производственной практике,

- участию в руководстве профильных направлений бакалавриата и магистратуры,
- открытию базовых кафедр,
- адаптации учебных планов к профессиональным потребностям, особенно, в связи с принятием новых профессиональных стандартов,
- развитию индивидуальных программ стажировки студентов и выпускников (в т. ч. на разных позициях в разных компаниях),
- партнерство с работодателями в сфере повышения квалификации персонала.

Вот несколько причин, которые указывают на мотивацию работодателей, зафиксированные социологами:

- альтруизм, «мне нравятся эти ребята»,
- социальная ответственность,
- формирование имиджа компании, фирмы,
- реклама,
- налоговые льготы.

Следует помнить, что гордость и тщеславие стоят больше, чем жалость и сострадание!

Как правило, компании гораздо легче оказать помощь товарами или услугами, чем оплатить счета организации или выделить ей деньги.

Еще одна особенность — коммерческие структуры охотно финансируют *«следствие» проблемы* — оказывают помощь больным, одиноким, престарелым, а не работу, направленную на устранение причины. Коммерческие структуры активно выступают спонсорами при проведении различного рода мероприятий, особенно ярких и красочных, сами дарят подарки, произносят речи.

Спонсорство может осуществляться в виде:

- оказания материальной и иной помощи кафедрам, курсам, проектам;
- поддержки в организации поощрительных поездок студентов;
- финансирования научных разработок и др.

Многие спонсоры выбирают ту образовательную организацию, в которой когда-то учились, где учатся их дети.

Особый вид спонсорства — стипендии, социальные стипендии.

Их учредителями могут быть крупные и средние отраслевые компании, отдельные бизнесмены и политические деятели.

Понятие спонсор часто заменяется понятием «попечитель».

Это и сам Попечительский совет, деятельность которого состоит не в управлении образовательными учреждениями, а в оказании им помощи, организации связей, поиске финансистов, участия в культурной и социальной жизни студентов и преподавателей ОУ.

Члены ПС в партнерстве с бизнесом участвуют в организации концертных выступлений популярных групп, демонстрации одежды известных дизайнеров, в мероприятиях, где спонсоры могут демонстрировать свои изделия, рекламировать свои товары и услуги и пр.

Предпочтение бизнеса — оказание адресной материальной помощи конкретным благополучателям.

Когда же встает вопрос о финансировании деятельности некоммерческой организации, направленной на работу с данной категорией, чаще всего НКО получают отказ.

Но зачем бизнесу социальные проекты ОО?

Несколько принципов установления взаимопонимания ОО и бизнеса.

1. Выбирая потенциального спонсора под свой проект, следует учесть, что принесет бизнесу участие в этом проекте?

2. Разобраться в механизме мотивации спонсора.

Например, собирается ли фирма расширять свой бизнес и нуждается ли в PR. Как выяснить другие моменты? В любом случае следует зайти на сайт компании.

3. Необходимы тесные доверительные взаимоотношения с руководством компании для прояснения специфических проблем.

Существуют ли какие-либо универсальные причины благотворительности со стороны бизнеса?

1. Компании нуждаются в PR. Имидж и репутация в регионе, городе. Социальная ценность компании. Правда, тогда, когда образовательная организация доведет это деяние до СМИ, власти! Обязательно красивая и торжественная письменная благодарность.

2. Социальное партнерство, в том числе НИОКР. Волд Скиллс. Формирование новых кадров. Поиски обновления бизнеса.

Благотворительность образовательной организации может оформляться перечислением средств, актом дарения, передачей средств с баланса на баланс, оплатой счетов, передачей чека.

Исследования в регионах показывают, что предпочитаемыми формами благотворительности являются:

- безвозмездная передача продукции или предоставление услуг — 68%,
- передача наличных средств — 43%,
- услуги по сниженным ценам — 34%,
- перечисление безналичных финансовых средств — 29%,
- предоставление оборудования и персонала — 14%,
- оплата счетов — 14%,
- прочие формы — 6%.

Среди факторов, повлиявших на решение об оказании помощи, указывались:

- социальная значимость проекта — 39%,
- честность и компетентность организаторов — 23%,
- позитивный опыт сотрудничества — 18%,
- прозрачность в использовании средств — 15%,
- поручительство органов власти — 12%,
- возможный позитивный отклик в СМИ — 12%,
- возможное получение налоговых льгот — 11%,
- поручительство влиятельных людей — 7%,
- доленое участие в проекте — 5%,
- личные симпатии — 1%⁵⁷.

В благотворительности со стороны бизнеса популярны: концерты, выставки, балы, вечера, обеды, премии, чествования, аукционы, подписки, лотереи, презентации, конференции и пр. Все большее распространение получают грантовые конкурсы, стипендиальные программы.

Образовательные организации должны понять интересы коммерческих организаций.

⁵⁷ Артемьева Т.В., Тульчинский Г.Л. Фандрайзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования. М., 2010. С. 171.

Чаще всего коммерческие организации (фирмы и компании) готовы к участию в спонсорской деятельности, которая является частью благотворительной практики.

10.3. Отношения образовательной организации с некоммерческими организациями (НКО)

НКО — это организация, не имеющая в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и не распределяющая полученную прибыль между участниками.

Взаимодействие образовательной организации и компаний лучше всего осуществлять через некоммерческие организации (НКО).

Пример⁵⁸.

Благотворительность — одна из традиций Колледжа туризма Санкт-Петербурга

23 октября 2015 года студенты отделения «Гостиничный сервис» посетили социально-реабилитационный центр для несовершеннолетних «Вера». Встреча была организована Детским благотворительным фондом «Милосердие детям-сиротам».

Центр «Вера» представляет собой учреждение, оказывающее своеобразную «Скорую помощь» детям из кризисных семей. Воспитанники социально-реабилитационного центра радушно встретили гостей, подготовили концерт. В этот же день ребята посетили детский приют «Кроха» для детей от 3 до 7 лет, где они также смогли пообщаться с детьми и вручить им сладкие подарки: соки, апельсины и мармелад.

В ноябре в Колледже пройдет благотворительная акция по сбору гуманитарной помощи для воспитанников этих социальных учреждений города.

Министерство труда и социальной защиты разработало проект о волонтерстве именно в социальной сфере⁵⁹.

⁵⁸ <http://www.ktgs.ru/news/11585>

⁵⁹ Источник: <http://www.asi.org.ru/news/soviet-federatsii-vnes-v-gosdumu-zakonoproekt-o-razviti-i-sotsialnogo-predprinimatelstva/>

Пока законопроект не принят и обсуждается. Там предусматривается, что все волонтеры, работающие в социальной сфере, должны заключать договоры с НКО, а НКО — с учреждениями. И тогда ответственность за волонтеров несут НКО. Ведь могут быть такие области, где вред может быть нанесен и волонтеру и волонтерами. В любой из сфер все нужно делать через НКО. Это должны понимать компании, развивающие корпоративную ответственность. Волонтерское движение в России, как и в мире, стремятся рассматривать в качестве социального предпринимательства.

В качестве мер государственной поддержки социального предпринимательства законопроект устанавливает создание специальных объектов инфраструктуры поддержки соцпредпринимательства, оказание финансовой, имущественной, информационной, консультационной помощи, а также помощи в подготовке, переподготовке и повышении квалификации работников. Авторы законопроекта указывают, что субсидии на поддержку социального предпринимательства практически не запрашиваются субъектами РФ, что, прежде всего, связано с отсутствием законодательно установленного определения социального предпринимательства и, как следствие, нормативно-правового регулирования этого вида предпринимательской деятельности и системы государственной поддержки на региональном уровне.

Благотворительная организация — фонд имеет свои, проверенные временем, способы работы по сбору благотворительных средств.

Пример⁶⁰.

Как собрать деньги на благотворительность?

В зависимости от масштабности проблемы могут быть задействованы различные способы сбора средств. Так, например, для ухода за найденной собакой деньги достаточно просто собрать за счет размещения соответствующего призыва в социальной сети. В случае же если деньги нужны для решения экологической проблемы, не обойтись без помощи соответствующих фондов, интернет-сервисов, средств массовой информации и общественных массовых акций. Некоторые из

⁶⁰ <http://122plus.ru/zhizn/sub/kak-sobrat-dengi-na-blagotvoritelnost>

перечисленных способов сами по себе требуют финансовых резервов, однако в случае правильно организованной акции расходы на благотворительность сполна оправдают себя.

Создаем план действий

Прежде, чем будет выбран подходящий способ для сбора средств, необходимо будет разработать пошаговый план предстоящего мероприятия, отражающий такие нюансы:

Цель. Сбирать деньги на благотворительность необходимо для решения конкретной проблемы. Пытаться за один раз собрать средства сразу же для нескольких задач неэффективно.

Сроки. Для сбора требуемой суммы должны быть определены достаточные и реалистичные сроки. Сроки мотивируют людей.

Единомышленники. В некоторых случаях для решения задачи потребуются соратники. Чем большую сумму требуется собрать, тем большее число соратников следует обрести.

Способ. В зависимости от цели необходимо определить подходящие способы для сбора денег на благотворительность.

Слоган. Для того, чтобы привлечь внимание к проблеме, следует придумать запоминающийся и простой слоган.

Проблема. В зависимости от того, кому требуется оказать помощь, следует подготовить соответствующую информацию: фотографии, историю, документы, аналитические отчеты и пр.

Отчет. Люди, жертвующие свои деньги на благотворительность, должны быть в курсе того, каким образом они были израсходованы. Для этого следует подготовить инструменты и средства, позволяющие визуализировать траты и подтвердить их. Здесь же могут быть отражены расходы на благотворительность.

Благодарность. Люди, пожертвовавшие свои средства, должны быть в курсе того, как идет процесс сбора денег, а также процесс решения проблемы (строительство церкви, лечение человека, содержание животных). Каждому, кто пожертвовал средства, следует выразить благодарность.

Определяем способ сбора пожертвований

Определение критериев для благотворительности поможет определить наиболее эффективный способ для получения пожертвова-

ний. Способы сбора частных пожертвований могут быть классифицированы по ряду критериев:

По типу внесения денег (ящик-копилка, мобильный платеж, банковский платеж и т. д.).

По целевой группе (сборы от людей, сталкивающихся с аналогичными проблемами, все население, некоторые группы людей).

По типу пожертвования (регулярные пожертвования или случайные, пожертвования в виде услуг, денег или предметов).

По размеру пожертвования (множество небольших пожертвований или несколько крупных).

Наиболее сложный из перечисленных критериев — определение эффективного метода. Какие методы сбора существуют?

Наиболее часто используемые:

От двери к двери. Смысл этого метода заключается в том, что единомышленники организуют массовый обход домов и организацией и в личной беседе с обитателями убеждают их сделать благотворительный взнос.

Уличные акции. Вариативность этого способа безгранична: это могут быть концерты, бесплатные чаепития, флешмобы и прочие средства.

Ящики-копилки. Люди охотно жертвуют деньги на благотворительность в такие ящики, которые часто располагаются в торговых центрах, церквях, аптеках, ресторанах и прочих учреждениях по согласованию с администрацией здания.

Адресная рассылка. Этот метод обычно используется относительно трудовых коллективов, социальных и интернет-сообществ.

Благотворительные мероприятия. Обеды, чаепития, концерты звезд, продажа футболок — вот примерные мероприятия этого рода.

Теле- и радио объявления, объявления на специализированных интернет - ресурсах.

Обращает на себя внимание созданный для поддержки благотворительной деятельности в России специальный портал «Форум Дано-

ров»⁶¹. Форум Доноров — партнерство крупнейших российских и иностранных благотворительных (донорских) организаций, работающих в России. Это единственная организация, объединяющая фонды и компании, системно занимающиеся благотворительной деятельностью.

Миссия Форума Доноров. Способствовать развитию и большей эффективности грантодающей деятельности, направленной на формирование современного, демократического гражданского общества в России.

Основными формами работы Форума Доноров являются организация встреч и конференций, предоставление информации, необходимой для каждодневной работы донорского сообщества.

Главными направлениями работы являются:

обмен информацией и методиками работы среди различных донорских организаций;

формирование и распространение стандартов и этических норм филантропической деятельности;

представление интересов донорского сообщества.

Форум Доноров стремится активно работать с представителями властных структур страны. Форум Доноров стремится активно расширять связи и налаживать сотрудничество с международными донорскими организациями.

Портал помогает образовательным организациям более детально разобраться в вопросах взаимодействия с фондами и коммерческими предприятиями в целях развития благотворительности.

Азбука благотворительности — видеOVERсия

Форум Доноров запустил серию фильмов о благотворительности — видеопродолжение известного проекта «Азбука благотворительности», существовавшего ранее в виде книги и серии передач на радио «Мир». Следует признать, за последние годы о благотворительности стали говорить больше, открыто, разнообразно, и все чаще с положительным оттенком. Отмечая эту тенденцию, Форум Доноров тем не менее не мог не заметить: в обществе недостает более по-

⁶¹ Источник: <http://www.donorsforum.ru/sections/about/about-forum>

дробной информации о благотворительности: как она устроена, кто такие доноры, какие виды некоммерческих организаций существуют и др.

Форум Доноров решил восполнить этот пробел серией роликов о благотворительности. Несколько лет назад у нас уже был проект «Азбука благотворительности» в виде книги и серии радиопередач на радио «МИР», где мы в популярной форме рассказывали подросткам об истории российской благотворительности и ее сегодняшнем состоянии. И так получается, что будущие короткометражные фильмы прекрасно «ложатся» в идею «Азбуки». Серия короткометражек «Азбука благотворительности» — это фильмы о разных видах благотворительных фондов, о ценностях и мотивах добрых поступков, о том, почему нужна профессиональная благотворительность. Мы верим, рассказанные языком простым и понятным, эти ролики быстрее найдут отклик и понимание у зрителей, чем сложные, научные фильмы. Первый ролик серии под названием «Благоварение» сняли в Детской социальной киностудии. У ролика есть подзаголовок: «благотворительность глазами детей». Авторы фильма — 16-летние Ника Пушкарева и Сима Окунева — многократные победители различных международных кинофестивалей. Премьера фильма «Благоварение» состоялась 23 октября на XII Ежегодной конференции Форума Доноров «Ценности и мотивы современной благотворительности: горизонты развития». Этот ролик вводный к общей серии «Азбука благотворительности». Он легко и с юмором рассказывает, какая разная бывает благотворительность, но главное — какая простая и повсеместная, что делать добрые дела — не значит совершать подвиг, что благотворительность — это норма жизни.

Для поддержки социальных мероприятий, проектов следует искать благотворительные фонды, некоммерческие организации — НКО.

Взаимодействие образовательного учреждения и Фонда, созданного для помощи конкретного образовательного учреждения.

Действующее законодательство позволяет оказывать образовательным учреждениям помощь, используя при этом средства, направленные на счета благотворительных организаций (фондов, созданных для помощи конкретной школе) регулируется пунктом 1 статьи 4 Федерального закона от 11 августа 1995 г. № 135-ФЗ.

Помощь должна выражаться в благотворительных проектах или программах. Например, сбор средств на проект «Здоровье и спорт» подразумевает ремонт спортивного зала, приобретение мячей, финансирование поездки на соревнования школьной футбольной команды.

Законодательство не регламентирует документооборот по благотворительной деятельности, поэтому фонд должен самостоятельно его разработать.

Если фонд получает взносы родителей на благотворительность, полный набор документов нужен для того, чтобы свести к минимуму претензии проверяющих органов.

Конечно, в первую очередь, необходимы первичные документы, подтверждающие приход и расход денежных средств (квитанции, счета, счета-фактуры, накладные, платежные поручения).

Также пригодятся:

- благотворительные программы, утвержденные попечительским советом, где сформулированы цели, на которые привлекаются и расходуются пожертвования;

- протоколы заседаний попечительского совета, касающиеся сбора и расходования пожертвований;

- долгосрочные договоры о пожертвовании и другие документы, касающиеся благотворительной деятельности.

Лучшим вариантом работы с родителями и другими физлицами является договор открытой оферты.

Как правило, фонды имеют возможность упростить свою отчетность в Минюст России, поскольку большинство из них удовлетворяет следующим условиям:

- учредителями (участниками, членами) фонда не являются иностранные граждане или организации либо лица без гражданства;

- за прошедший отчетный год фонд не имел поступлений от международных или иностранных организаций, иностранцев, лиц без гражданства;

- годовой оборот денежных средств, иного имущества не превысил 3 млн руб.⁶²

⁶² Источник: <http://www.glavbukh.ru/art/44410-vznosy-roditeley-na-blagotvoritelnost>

У фондов больше опыта в этих вопросах и с ними надо искать контакты и выстраивать взаимовыгодные отношения. Здесь сказываются и отсутствие традиций благотворительности в России, и недоверие к НКО. Один из наиболее популярных благотворительных фондов «КАФ»⁶³.

Фонд поддержки и развития филантропии «КАФ» — российская социально ориентированная некоммерческая организация, зарегистрированная в 2012 году.

Наша цель — способствовать тому, чтобы общество все активнее и с большим эффектом участвовало в благотворительности на пользу людям и местным сообществам.

Чтобы наша цель осуществилась, мы: занимаемся образованием и консультированием крупных частных и корпоративных доноров, чтобы их деятельность способствовала значимым социальным изменениям, отвечала их внутренним целям и ценностям и соответствовала лучшим мировым практикам; создаем доступные механизмы для совершения пожертвований, чтобы каждый человек смог стать благотворителем; реализуем грантовые и другие программы, поддерживая эффективные модели решения социальных проблем, способствуя развитию гражданских инициатив и укреплению НКО; формируем благоприятную среду и культуру благотворительности, повышаем осведомленность людей о роли некоммерческих организаций в обществе и возможностях принять участие в их работе. Ежегодно мы реализуем более 20 благотворительных программ в тесном сотрудничестве с ведущими российскими и международными компаниями, а наш грантовый фонд в 2014/15 финансовом году составил более 437 млн рублей. Мы администрируем корпоративные благотворительные инициативы таких компаний как «Амвэй», ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг», ЗАО «Дж.Т.И. по Маркетингу и Продажам», сотрудничаем с крупными частными фондами, например, с Благотворительным фондом Владимира Потанина, в реализации программ, направленных на улучшение качества жизни пожилых людей, детей с различными заболеваниями и инвалидностью,

⁶³ Источник: <http://www.cafrussia.ru/page/about>

поддержку талантливой молодежи, создание условий для развития социально-ориентированных некоммерческих организаций. Мы также ведем исследовательские проекты в области благотворительности. Развивая новые формы филантропии, мы создаем работающие технологии эффективной благотворительности. Фонды местных сообществ, «Благотворительность вместо сувениров», — примеры идей, которым мы дали самостоятельную жизнь. Мы также создаем новые возможности для профессионализации донорского сообщества (Школа Фондов), механизмы вовлечения граждан в частную благотворительность (www.blago.ru и программа пожертвований сотрудников компаний «Им нужна ваша помощь») и распространяем в обществе информацию о благотворительности и НКО (www.philanthropy.ru, программа «Социально активные медиа»). Фонд «КАФ» полностью финансируется на российские деньги, дважды получал субсидии Министерства экономического развития РФ (в 2013 г. и в 2015 г.). Учредитель фонда «КАФ» — САФ Россия — старейшая благотворительная организация, работающая в России с 1993 года. Это признанный эксперт в сфере благотворительности, отмеченный различными государственными наградами, в том числе, благодарностью президента РФ. САФ Россия — филиал САФ (Charities Aid Foundation), некоммерческой организации, начавшей работу в Великобритании в 1924 г. САФ сегодня — это сеть представительств и партнерских организаций, работающих на всех пяти континентах.

Специальная тема, которая непосредственно касается участия фондов в оказании помощи образовательным организациям — инклюзивное образование, для детей-инвалидов и с ОВЗ.

Здесь есть прямое указание на взаимодействие с благотворительными фондами и создание собственного благотворительного фонда.

Финансовые отношения между образовательной организацией и компанией можно осуществлять через некоммерческие организации (НКО).

Есть отдельная тема. Это создание собственного благотворительного фонда.

Для этого некоторые СПО открывают свои НКО или открывают свои счета, субсчета в НКО. Это делается для облегчения сбора средств и проведения мероприятий и оплаты участников БД.

Благотворительный фонд «Развитие Омского авиационного колледжа», в дальнейшем именуемый Фонд, является не имеющей членства унитарной некоммерческой организацией, учрежденной физическими лицами на основе добровольных имущественных взносов, преследующей социальные, благотворительные, культурные, образовательные и иные общественно полезные цели.

Учредителями Фонда являются граждане Российской Федерации. Они выполняют свои обязанности в этой организации в качестве добровольцев.

Учредители и Исполнительный директор Фонда не вправе занимать штатные должности в администрации коммерческих и некоммерческих организаций, учредителем (участником) которых является Фонд.

Создается свой Попечительский совет. Назначается исполнительный директор.

Источниками формирования имущества Фонда в денежной и иной форме являются:

Взносы учредителей Фонда.

Регулярные и единовременные поступления от участников Фонда.

Благотворительные пожертвования, в том числе гранты, предоставляемые гражданами и юридическими лицами в денежной и натуральной форме.

Доходы от внереализационных операций, включая доходы от ценных бумаг.

Поступления от деятельности по привлечению ресурсов (проведение кампаний по привлечению благотворителей и добровольцев, включая организацию; развлекательных, культурных, спортивных и иных массовых мероприятий; проведение кампаний по сбору благотворительных пожертвований, проведение лекций, выставок, лотерей и аукционов в соответствии с действующим законодательством и иных мероприятий).

Поступления от оказания услуг, выполнения работ.

Поступления из бюджетов всех уровней.

Поступления от приносящей доход деятельности.

Доходы от деятельности хозяйственных обществ, учрежденных Фондом.

Труд добровольцев.

Другие не запрещенные законом поступления.

Фонд вправе заниматься приносящей доход деятельностью, необходимой для достижения общественно полезных целей, ради которых Фонд создан, и соответствующей им. Для осуществления приносящей доход деятельности Фонд вправе создавать хозяйственные общества или участвовать в них.

См. подробно об этом в Приложении № 13. УСТАВ Благотворительного фонда «Развитие Омского авиационного колледжа».

Сектор образования является широким полем для спонсорской деятельности.

Образовательное спонсорство возможно на всех уровнях: начальном, среднем и высшем.

Вопросы для самоконтроля

1. Как выстроены отношения образовательной организации с властью, коммерческими и некоммерческими организациями (НКО)?

2. Как вы используете участие государственных, муниципальных органов власти в поддержке благотворительной деятельности вашей образовательной организации?

3. Как выглядит участие коммерческих организаций в благотворительной деятельности вашей образовательной организации?

4. Дайте характеристику отношениям образовательной организации с некоммерческими организациями (НКО) в благотворительной деятельности.

11. ЭНДАУМЕНТ. ФОНД ЦЕЛЕВОГО КАПИТАЛА ВУЗА

11.1. Правовой механизм работы эндаумент-фонда.

11.2. Методы привлечения партнеров к участию в эндаумент-фонде.

11.1. Правовой механизм работы эндаумент-фонда

Организационной формой системы фандрайзинга для вузов могут служить специально создаваемые фонды целевого капитала — эндаумент-фонды⁶⁴.

Эти фонды позволяют накапливать финансовые ресурсы и обеспечивают стабильное развитие учебных заведений в долгосрочной перспективе.

Эндаумент — это целевой фонд для финансирования организаций образования, медицины, культуры в некоммерческих целях.

Эндаумент-фонд — это центр финансового управления, своеобразное «казначейство» системы фандрайзинга.

Эндаумент наполняется преимущественно за счет благотворительных пожертвований. Средства, накопленные в эндаументе (фонде) образовательных организаций (ОО), все полученные доходы направляются на развитие тех организаций, для поддержки которых создан. Организа-

⁶⁴ Статья 1 Федерального закона от 30.12.2006 № 275-ФЗ «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций»: «Настоящий Федеральный закон регулирует отношения, возникающие при формировании, пополнении и расформировании целевого капитала некоммерческих организаций, при доверительном управлении имуществом, составляющим целевой капитал некоммерческих организаций, при использовании доходов, полученных от доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал некоммерческих организаций, а также определяет особенности правового положения некоммерческих организаций, формирующих целевой капитал. Действие настоящего Федерального закона не распространяется на отношения, связанные с получением некоммерческими организациями пожертвований, а также с приносящей доход деятельностью некоммерческих организаций, если некоммерческие организации не формируют целевой капитал. Источник: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=149890&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.15337149798545502#0>

ционно эндаумент-фонд представляет собой некоммерческую организацию в форме благотворительного фонда, предназначенного для аккумуляции благотворительных средств и их эффективного использования на цели развития вуза. См. Приложение № 13.

От обычной благотворительной организации эндаумент отличается строго целевым характером деятельности (как правило, он создается для поддержки какой-либо одной организации, например определенного вуза), нацеленностью на получение дохода за счет инвестирования своих средств. Действие Федерального закона «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций» не распространяется на отношения, связанные с получением ОО пожертвований, а также средств от приносящей доход деятельности, если не формируется целевой капитал.

Деятельность эндаумента максимально прозрачна, его невозможно использовать для минимизации налогов за счет расходов, якобы идущих на благотворительность.

Именно эндаумент-фонд формирует инвестиционную политику, выбирает и контролирует управляющую компанию, следит за эффективностью управления активами, в которые вложены благотворительные средства.

Функционально эндаумент-фонд управляет рядом специфических инструментов, таких как фонды краткосрочного финансирования и фонды целевого капитала (собственно «эндаументы»).

Фонды краткосрочного финансирования аккумулируют целевые взносы благотворителей, предназначенные для текущего финансирования.

Эти средства должны быть израсходованы в течение календарного года в соответствии с налоговым законодательством России.

Фонды целевого капитала аккумулируют средства, поступившие от благотворителей, предназначенные для долгосрочного развития вуза.

Эти средства не используются напрямую, а размещаются на финансовом рынке через специализированную управляющую компанию. Развитие вуза ведется за счет доходов от инвестирования целевого капитала.

Благодаря такому подходу целевой капитал с годами только прирастает, обеспечивая долгосрочную финансовую устойчивость вуза.

Этот инструмент идеален для финансирования стипендий, исследовательских грантов, пенсионных и других программ, требующих ритмичного финансирования независимо от текущих пожертвований.

Управляет эндаумент-фондом, по закону, Попечительский совет фонда, который является завершающим элементом инфраструктуры фандрайзинга.

Роли Попечительского совета тесно связаны друг с другом. Его влияние тем больше, чем выше доля благотворительного финансирования в бюджете вуза. Здесь интересы попечителей совпадают с целями вуза, а управляющая роль совета становится инструментом задействования их связей и возможностей для развития фандрайзинга.

Чем выше реальная роль Попечительского совета, чем активнее его члены привлекаются к управлению проектами и программами вуза, тем сильнее мотивация войти в его состав. Зачастую крупнейшие частные пожертвования мотивированы стремлением попасть в Попечительский совет. И напротив, ограничение полномочий совета, превращает его в номинальный статусный орган, что приводит к стагнации всей системы фандрайзинга.

Управляющими органами Фонда являются: Ученый Совет университета, Попечительский Совет Фонда, Исполнительный директор Фонда, заместитель исполнительного директора. Высшим органом управления Фонда является Ученый Совет вуза.

В своей деятельности Фонд руководствуется Конституцией РФ, Гражданским Кодексом РФ, Федеральным законом «О некоммерческих организациях», ФЗ «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций» и специально принятым Уставом некоммерческой специализированной организации «Фонд целевого капитала университета».

См. Приложение № 8. Устав некоммерческой специализированной организации. Фонд целевого капитала ЮФУ. Пример договора доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал. Требования к управляющей компании. Порядок и учет пожертвований.

Чем активнее Попечительский совет представляет в управлении вузом интересы его партнеров, тем точнее реальные нужды экономики, профессионального сообщества отражены в политике вуза, тем выше

его статус и качество образования. Эти соображения и определяют состав, полномочия и организацию деятельности Попечительского совета.

Как правило, в вузе и эндаумент-фонде формируется единый состав Попечительского совета, обеспечивая наилучшую координацию между политическими, управленческими и финансовыми задачами, стоящими перед Попечительским советом.

Совет работает на регулярной основе, собираясь от одного раза в месяц до одного раза в квартал — для принятия решений по текущим вопросам развития вуза. Подготовка вопросов и предложений, обеспечение работы совета осуществляется всеми подразделениями фандрайзинга вуза.

Помимо регулярных заседаний, члены совета активно привлекаются к участию в отдельных мероприятиях вуза — начиная от переговоров с потенциальными благотворителями и заканчивая различными круглыми столами и конференциями, проводимыми вузом.

Ассоциация бизнес-партнеров может формироваться как самостоятельно, так и в рамках эндаумент-фонда (клуб партнеров и благотворителей).

Тщательно продуманная система фандрайзинга в вузе может не только стать мощным источником софинансирования, но и обеспечить эффективность развития вуза на рынках труда и образования — благодаря той обратной связи, которую он получает от бизнеса, государства, своих выпускников.

Именно такой подход позволяет высшей школе наилучшим образом реализовать свою роль «социального лифта» для студентов и выпускников, источника постоянно обновляющейся национальной элиты России.

11.2. Методы привлечения партнеров к участию в эндаумент-фонде

Основными категориями партнеров участия в эндаумент-фонде являются:

1. Выпускники.
2. Родители и друзья.
3. Компании.
4. Фонды.

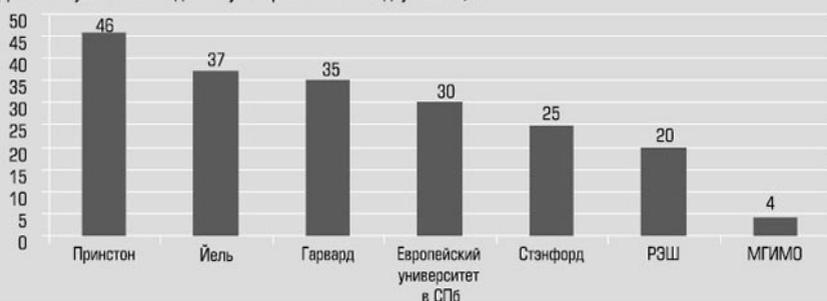
Сотрудники эндаумент-фонда тесно взаимодействуют с Ассоциацией выпускников, службой содействия занятости, отделами маркетинга и рекламы/PR вуза.

В Уставе (см. Приложение № 8.) фонда целевого капитала (эндаумента вуза) подробно описаны источники и участники — партнеры фонда.

Наиболее интересным примером эффективной работы эндаумента российского университета является деятельность МГИМО, РЭШ, МГУ и СПбГУ.

Встать на одну ступень с эндаументами зарубежных вузов пока смогли только те российские университеты, которые в основном финансируются из внебюджетных источников

Доля поступлений в бюджеты университетов из эндаументов, %



Источник: Данные университетов, СМИ

В Санкт-Петербургском государственном университете отлично налажена система оформления пожертвований со стороны физических и юридических лиц. Договора о пожертвовании имеют конкретный целевой характер.

Средства, полученные в форме пожертвований, имеют «прописку» и могут быть потрачены только в форме эндаументов.

В целевые капиталы Фонда СПбГУ, а также в поддержку направлений, выделенных в Централизованном целевом капитале на уставные цели СПбГУ, пожертвование можно перечислить при помощи банковской карты (VISA, MasterCard) на сайте Фонда в разделе «Сделать

взнос», заполнив размещенную в разделе сайта форму, жертвователь принимает условия Договора⁶⁵.

Самый простой и быстрый способ оказать поддержку Университету — направить пожертвование при помощи СМС на короткий номер 7522.

На сегодняшний день СМС-пожертвования принимаются:

— в Централизованный целевой капитал на уставные цели СПбГУ (кодовое слово: СПбГУ или SPbGU),

— в Целевой капитал СПбГУ для развития образовательных программ и научной деятельности по направлению «Менеджмент» (кодовое слово: ВШМ или GSOM),

— в Целевой капитал СПбГУ для развития образовательной программы «Искусство и гуманитарные науки» (кодовое слово: Смольный или Smolny) и — в программу поддержки журналистского образования (кодовое слово: Медиакон или Mediacom).

Клиенты и держатели карт банка ВТБ 24 (ПАО) могут внести средства пожертвования в Централизованный целевой капитал на уставные цели СПбГУ через банкоматы ВТБ 24 или систему Телебанк без уплаты банковской комиссии.

Для перечисления пожертвования через отделение банка или путем отчисления из заработной платы необходимо заполнить и подписать с Фондом соответствующую целям Вашего пожертвования форму Договора.

Примеры договоров представлены ниже.

Договоры пожертвования в целевые капиталы Фонда управления целевым капиталом «Развитие СПбГУ» для физических лиц:

Договор пожертвования физического лица. Централизованный целевой капитал на уставные цели СПбГУ (№ 1 Уставные цели);

⁶⁵ См. Электронную версию перечислений пожертвований. Источник: http://fund.spbu.ru/sdelat_vznos.html

Чтобы инициировать создание нового целевого капитала, а также, чтобы задать любые вопросы, касающиеся пополнения Фонда, свяжитесь, пожалуйста, с нами по телефону: +7(921)950-70-10; +7(812)363-60-10 или по электронной почте office@fund.spbu.ru

Договор пожертвования физического лица. Целевой капитал СПбГУ на реализацию мероприятий в рамках Соглашения о сотрудничестве между Правительством Республики Саха (Якутия) и СПбГУ (№ 3 Саха (Якутия));

Договор пожертвования физического лица. Целевой капитал СПбГУ для финансирования комплекса мероприятий по укреплению имиджа и популяризации СПбГУ в России и за рубежом (№ 6 Имидж СПбГУ);

Договор пожертвования физического лица. Централизованный целевой капитал на уставные цели СПбГУ: финансирование участия команд СПбГУ во всероссийских и международных соревнованиях по программированию;

Договор пожертвования физического лица. Централизованный целевой капитал на уставные цели СПбГУ: возмещение затрат на обучение по образовательным программам высшего профессионального образования обучающихся СПбГУ — детей научно-педагогических работников СПбГУ;

Договор пожертвования физического лица. Централизованный целевой капитал на уставные цели СПбГУ: финансирование Программы поддержки обучающихся СПбГУ;

Договор пожертвования физического лица. Централизованный целевой капитал на уставные цели СПбГУ: развитие образовательной программы «Музыкальное искусство»;

Договор пожертвования физического лица. Централизованный целевой капитал на уставные цели СПбГУ: развитие студенческого спорта в СПбГУ;

Договор пожертвования физического лица. Централизованный целевой капитал на уставные цели СПбГУ: финансирование научных археологических исследований кафедры археологии Института истории СПбГУ («Фонд археологических исследований» СПбГУ);

Договоры пожертвования для юридических лиц:

Договор пожертвования юридического лица, формирование целевого капитала;

Договор пожертвования юридического лица, пополнение целевого капитала⁶⁶.

Годовой отчет фонда представлен на сайте университета в разделе «Эндаумент»⁶⁷.

Санкт-Петербургский государственный университет является одним из столпов российской образовательной системы. Своей целью мы видим создание вокруг СПбГУ сообщества, члены которого — жертвователи, меценаты — смогут не только иметь простой доступ к образовательным ресурсам Университета, но и влиять на развитие вуза, делая его работу более современной и актуальной. Сообщество, о котором мы говорим, не ограничивается кругом студентов, преподавателей или выпускников Университета, потому что СПбГУ — это учебное заведение, позволяющее решать образовательные задачи в масштабах всей страны.

Поставленная цель не решается за год или два и требует постоянного источника финансирования на десятилетия вперед. Именно таким источником является Фонд.

Каждый взнос в Фонд по сути является вкладом жертвователя в развитие российской системы образования. Каждое пожертвование будет год за годом приносить доход, который используется для развития СПбГУ и расходуется только на реализацию тех программ, которые соответствуют целям, заранее определенным жертвователями.

Основную работу по привлечению и расходованию пожертвованных ведет Попечительский совет СПбГУ.

В соответствии с новым законодательством в Южном федеральном округе в 2007 г. создан такой эндаумент-фонд целевого капитала «Образование и наука ЮФО».

Создание Фонда позволило:

- укрепить правовую базу благотворительной деятельности, осуществляемой на протяжении многих лет предприятиями Юга России;
- сформировать долгосрочную программу благотворительности в сфере образования;

⁶⁶ Источник: http://fund.spbu.ru/kak_sdelat_vznos.html

⁶⁷ Источник: https://fund.spbu.ru/catalog/upload/files/на%20сайт_Отчеты_ЦК_2015%282%29.pdf

- ликвидировать систему двойного налогообложения благотворительности;
- объединить разрозненные программы поддержки образования;
- использовать лучший мировой опыт в поддержке образования Юга России.

В соответствии с новым законодательством и Уставом средства Фонда целевого капитала «Образование и наука ЮФО» используются для получения дохода, направляемого на следующие цели:

1. Поддержка студентов и аспирантов (не старше 25 лет), обучающихся в вузах Юга России, проявивших творческие способности и достигших существенных результатов в учебе — 30-50%.
2. Поощрение лучших преподавателей вузов Юга России — 10-20%.
3. Поощрение молодых ученых Юга России — 10-20%.
4. Компенсация расходов студентов, аспирантов, преподавателей и ученых по участию международных конференциях, олимпиадах, конкурсах — 20-30%.

Учредителем ФЦК выступает банк «Центр-инвест», а также физические лица, перечислившие в фонд на срок свыше 10 лет различные суммы.

Управление Фондом целевого капитала в соответствии с действующим законодательством и Уставом осуществляет Президиум Фонда как высший орган и образованный им Попечительский совет Фонда, в состав которого входят представители: Фонда целевого капитала, получателей дохода, жертвователей; заслуженные граждане.

Члены Попечительского Совета не вправе получать вознаграждения за выполнение возложенных на них функций. Участниками Фонда могут быть юридические и физические лица, направившие в Фонд средства на основании договора пожертвования.

Каждый жертвователь получает сертификат, удостоверяющий его вклад в ФЦК «Образование и наука ЮФО» и информация о пожертвовании будет размещаться в тематическом разделе сайта.

Жертвователи, внесшие более 10% балансовой стоимости имущества фонда на последнюю отчетную дату вправе требовать включить в состав Попечительского Совета своего представителя.

Первый проект по созданию эндаумент-фонда вуза, созданный и зарегистрированный в России — Фонд развития МГИМО.

К марту 2008 года капитал фонда составил 375 миллионов рублей.

Вот как отмечает свое десятилетие фонд целевого капитала МГИМО⁶⁸.

За 10 лет Эндаумент МГИМО сформировал свою практику взаимодействия с бизнес-сообществом и выпускниками. Формирование целевого капитала происходит не только за счет благотворительных взносов. Университет предлагает бизнес-сообществу широкий набор услуг, таких как целевая подготовка кадров, проведение совместных исследований и мероприятий, реклама в среде выпускников.

Эндаумент привлекает средства спонсоров и партнеров не только в целевой капитал, но и напрямую на текущие проекты. Спонсорская помощь вместе с инвестиционным доходом достигает 10% бюджета МГИМО. Это позволяет приглашать иностранных профессоров для чтения лекций, направлять студентов и преподавателей на стажировки, участвовать в международных конкурсах и конференциях, проводить исследования, издавать книги, выдавать гранты на студенческие проекты, поддерживать почетных профессоров и ветеранов. Финансирование проектов происходит на основе заявок подразделений Университета и их утверждения Попечительским советом МГИМО. Эндаумент помогает исполнителям проектов в их реализации и отчитывается перед своими благотворителями, придерживаясь принципа прозрачности. Отчет о финансовых показателях, проектах и мероприятиях публикуется каждый квартал на сайте Фонда. Также на сайте Фонда публикуется список проектов на год, чтобы выпускники МГИМО и компании могли выбрать проект для поддержки. Вместе с управляющими компаниями Эндаумент работает над повышением доходности. При достаточно консервативной инвестиционной стратегии, в зависимости от рыночных условий, годовая доходность составляла от -2 до 26%. Средняя доходность за 10 лет — 10%, т.е. опережает инфляцию и придает уверенность в реализации инициатив МГИМО. В 2016 году по инициативе Эндау-

⁶⁸ Эндаумент МГИМО. Сайт. <http://fund.mgimo.ru/Endaumentu-MGIMO-10-let.html>

мента МГИМО была создана Ассоциация университетских эндаументов.

За 10 лет Эндаумент показал следующие результаты:

Инвестиционный доход 717 млн руб.

Передано в МГИМО 548 млн руб.

Привлечено средств в целевой капитал 1 млрд 274 млн руб.

Привлечено средств на текущие проекты 756 млн руб.

Размер целевого капитала 1 млрд 500 млн руб.

Эндаумент благодарит попечителей МГИМО, членов Наблюдательного совета, выпускников и компании за неизменную поддержку и доверие!

МГИМО имеет большой опыт работы с выпускниками по формированию эндаумента. На основе заявок подразделений Университета отбираются приоритетные проекты развития.

Привлечение средств имеет строго целенаправленный характер для пожертвований. Вот некоторые из направлений⁶⁹:

Научные конференции и общеуниверситетские мероприятия — 15 млн 620 тыс. руб.

Вторая международная лингвистическая конференция «Магия ИННО: новое в исследовании языка и методике его преподавания» — 1 млн руб.

Проведение выставки фондов и архивных материалов Лазаревского института иностранных языков — 1 млн 500 тыс. руб.

III Всемирный форум выпускников МГИМО в Ереване — 7 млн руб.

Лингвистические проекты — 20 млн 30 тыс. руб.

Поддержка школ редких языков (доплаты преподавателям амхарского, бенгальского, вьетнамского, дари, ивтрита, индонезийского, лаосского, фарси, пушту, суахили, урду) — 12 млн руб.

Конференция «Язык политики и языковая политика в странах Южной Азии, Среднего Востока и Африки» — 30 тыс. руб.

⁶⁹ Источник: http://fund.mgimo.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=19:article-18&catid=9:articles&Itemid=13

Англоязычные программы и приглашение зарубежных профессоров — 20 млн 110 тыс. руб.

Студенческие и научные проекты — 24 млн 780 тыс. руб.

Создание Центра анализа зарубежных международно-правовых и междисциплинарных исследований Арктики — 5 млн руб.

Издание учебника «Адвокатура» для магистратур и дополнительного профессионального образования — 1 млн 500 тыс. руб.

Международная аккредитация 5-ти программ в Association of MBAs (перевод программ и учебных планов на английский язык, приглашение иностранных экспертов):

- Международный нефтегазовый бизнес;
- Международные транспортные операции;
- Менеджмент в индустрии спорта;
- Стратегический менеджмент;
- Связи с общественностью:

Управление бизнес-коммуникациями — 6 млн. руб.

Издание учебников, журналов и проведение исследований — 34 млн 424 тыс. руб.

Учебник «Антимонопольное регулирование: экономика и право» — 4 млн руб.

Учебные пособия и ридеры на английском языке для магистерских программ — 3 млн 350 тыс. руб.

Исследование «Перспективы российско-японского энергетического сотрудничества» — 2 млн 100 тыс. руб.

Создание и развитие образовательного комплекса МГИМО в г. Одинцово (филиал МГИМО) — 35 млн руб.

Создание новых образовательных бакалаврских и магистерских программ, в т.ч. учебно-методических комплексов по направлениям:

- «Юриспруденция»;
- «Экономика»;
- «Государственное и муниципальное управление»;
- «Менеджмент» — 8 млн руб.

Обустройство и ремонт арендуемого общежития (100 мест) — 10 млн руб.

По мнению ряда экспертов, целевой фонд даже не слишком известного регионального российского института должен составлять не менее 300 млн рублей. В этом случае ежегодный доход от использования эндаумента составит примерно 20–25 млн рублей. Это минимальная сумма, благодаря которой вуз может развиваться.

Оптимальный размер эндаумента ведущего университета России должен составлять не менее \$1 млрд, что обеспечит текущее финансирование от \$25 млн в год. В перспективе эндаументы к 2017 году могли бы обеспечить 20–30% финансирования 20 ведущих университетов страны, а к 2020 году — 30–40% финансирования 40 ведущих университетов.

Но не следует идеализировать эндаументы. Надо видеть ограниченность этой формы развития образовательной деятельности и науки в вузах.

Например, богатейший в мире Гарвардский университет, с крупнейшим эндаументом порядка \$25 млрд, в состоянии финансировать за счет доходов эндаумента лишь около 30% своего ежегодного бюджета. А для среднего американского ВУЗа данный показатель составляет лишь 10–15%. Государство остается отцом и кормильцем университетов. Оно определяет и будет определять их будущее. Именно из государственных источников формируется до 60–80% всех бюджетов университетов во всем мире. Российские вузы в этом не становятся исключением.

Сегодня вузы осознают, что, привлекая средства в эндаумент для долгосрочных инвестиций, они обеспечивают свое будущее на многие годы вперед. Создание фонда, средства которого не будут расходоваться на текущую деятельность, а будут инвестироваться для получения стабильного дохода в будущем, — одна из приоритетных задач нынешней университетской политики.

Исследуя возможности создания эндаумента в российских условиях, вопреки мнению большинства экспертов, можно рассчитывать, что эндаумент может стать эффективным экономическим механизмом взаимодействия государства и частного бизнеса. Причем в выигрыше оказываются все участники. Государство получает дополнительные финансовые ресурсы для обеспечения социальной инфраструктуры.

Представители частного бизнеса — репутацию, а их компании положительный имидж. Вузы — дополнительное финансирование своих образовательных программ и проектов. В целом, получают развитие цивилизованные формы конкуренции на рынке российского образования. А конкуренция, как известно, приводит к снижению цен на образовательные услуги. А это уже означает, что в выигрыше окажутся конечные потребители образовательных услуг — абитуриенты и их родители. См. Приложение № 17. Инструкция по привлечению пожертвований в образовательную организацию профессора Шевченко Д.А.

Вопросы для самоконтроля

1. Что собой представляет эндаумен-фонд целевого развития вуза?
2. Какие нормативно-правовые акты регулируют деятельность целевых капиталов вуза?
3. Дайте характеристику основным направлениям работы эндаумент-фонда?
4. Каковы основные источники пополнения эндаумент-фонда вуза в современных условиях?
5. Как влияют на привлечение пожертвований в эндаумент-фонды современные электронные технологии перечисления средств?

12. ЭЛЕКТРОННЫЕ СРЕДСТВА ФАНДРАЙЗИНГА

12.1. Поколение «Y» и поколение «Z».

12.2. Интернет-коммуникации на службе фандрайзинга.

12.3. Отдельная проблема — это сайт образовательной организации.

12.4. Причины торможения развития современных методов передаче информации.

12.5. Основные критерии оценки сайта.

12.6. Принципы клиент-ориентированного маркетинга образовательной организации в виртуальном мире.

12.7. Целевая аудитория образовательной организации в Интернет.

12.8. Оптимальная контентная структура сайта образовательной организации.

12.9. Благотворительность и проблема обратной связи. Активность образовательной организации в социальных сетях — SMM.

12.10. Краудфандинг

Вопросы для самоконтроля.

12.1. Поколение «Y» и поколение «Z»⁷⁰

Пример⁷¹.

Много сейчас говорят о поколении «Z»!

*Когда-то и сам интересовался этим вопросом и даже опубликовал по этому поводу статью*⁷².

Сегодня поправил бы существенно некоторые моменты статьи!

Вот в чем дело!

⁷⁰ Шевченко Д.А. Исследование потребительского поведения крупных сегментов рынка в России: поколенческий подход // Практический маркетинг. 2013. № 4. С. 4–13.

⁷¹ <https://www.facebook.com/groups/303388089779299>

⁷² <http://shevchenko.rggu.ru/?p=442>

Поколение «Z» формирует свое сознание в социальных сетях и по праву можно говорить о складывающемся мировоззрении этой социальной категории под влиянием горизонтальных коммуникаций!

Да, возможно, что это принципиальное отличие от всех других, предыдущих поколений «Y» и «X», прежде всего! Для них и для нас, даже не буду обозначать, напишу, древних, ведущую роль в осознании окружающего мира играют СМИ. Это мы и кто за нами смотрят ТВ, передачи Соловьева, Киселева и иже с ними, властителей дум!

А вот студенты, которые не в курсе про Сирию, Украину, могут спросить из уважения, ну, что там, как?

Моя мысль в том, что, по крайней мере, мне и моим коллегам не удастся достать их в SMM! Это касается 95%.

Они тусуются как бы вне происходящего! Более того, совсем не интересуются интеллектуальными и профессиональными площадками в SMM. Попытки завести с ними диалог, вывести на профессиональное обсуждение, не имеют успеха. Складывается впечатление, что они не готовятся к реальной жизни! В основном, хихикают и троллят в сетях!

Могу сказать, ну и бог, с ними! Пусть родители позаботятся!

Да, так!

Но, чувствую разрыв, расстояние, которое увеличивается между нами все более и более!

Пример — был в качестве эксперта по защите проектов студентами экономики 2 курса!

Выступали они со своими проектами, что-то делали, но, как изпод палки! Типа, а нам так поставили задачу, нам об этом не говорили, если бы нам раньше сказали... и т.п.

Конечно, можно сказать, что такие проекты — это «песочница» и они понимают, что понарошку ищут результаты!

Но, в ходе обсуждения, поговорил с руководителем всех проектов. Говорю ему, активные ребята? Он — очень заинтересованные!

Тогда, я: а не могли бы вы мне в мои коммерческие проекты посоветовать 2-3 студентов! Помогу им подзаработать и подготовить дипломы или диссертации! Охотно, отвечает мой собеседник! Прямо завтра вам позвонят или напишут, поменялись почтой!

Прошла неделя не он, ни они — все молчат!

Нужна была лаборантка на кафедру! Долго мучились, искали, нашли! 4 курс и есть намерение остаться в магистратуре!

Встретились с ней! Говорит: знает два иностранных языка! Думаю, вот класс!

Продолжает: ставьте мне задачи, я люблю работать и давно искала такого руководителя! Поставил ей несколько очень простых задач! Догадываетесь, что дальше?

Прошло 10 дней, она все оформляется!

Позвонила однажды и сказала, что просто завалена работой и, если мне надо, все бросит и придет, правда, все равно опоздает, наверное! Говорю: да ладно, не надо, потом, как освободитесь — поговорим и поработаем!

С тех пор, тишина!

Диву даешься, как же общаться, на каком языке разговаривать? Денег не надо, работать не надо, не умею, думать тоже не надо! Что делать? Как разгадать тайны горизонтальной структуры сознания? Какой тут ключик нужен?

Вызовы, которые стоят перед «поколением игрек» в отношении трудоустройства, приобретения собственного жилья и образовательных кредитов широко известны. Неудивительно, что если часть представителей поколения хотела бы поддерживать благотворительные инициативы на постоянной основе, то большинство на это не готово. И это соотношение среди 26–30-летних жертвователей сокращается вот уже на протяжении 20 лет. Недостаток времени, денег и личное отношение к проблеме по типу «меня это не касается» превалируют среди наиболее часто упоминаемых причин отказа от пожертвований.

Тем не менее, мы можем отметить, что «поколение игрек» вносит свою лепту в благотворительность, используя новые технологии пожертвований и пропагандируя небольшие по сумме пожертвования. 19% признаются, что вносили пожертвования посредством смс-сообщений, 20% помогали распространить сообщение о благотворительной акции в социальных медиа и 10% перечисляли средства на благотворительность при покупке на eBay. Все эти способы пожертвований очаровывают своей простотой, гибкостью и поэтому являются одним из

самых естественных путей привлечения в сообщество тех, кто готов жертвовать.

Не менее очевидным является то, что для вышеупомянутого поколения новые технологии — это нечто гораздо большее, чем способы пожертвования. Это, в первую очередь, канал для двустороннего общения между благотворительными организациями и жертвователями.

Можно ожидать, что организации будут в полной мере использовать возможности SMS, MMS, различных приложений и онлайн-контента, чтобы информировать пользователей и способствовать их совместной работе. Представители «поколения игрек» хотят видеть прямой репортаж в режиме реального времени о помощи в Африке точно так же, как хотят видеть аналогичный репортаж из эпицентра военных действий. Они хотят иметь собственное мнение о том, как следует привлекать и использовать капитал, рассуждая о событиях из жизни на пространстве социальных сетей, где традиционные системы иерархий и «бизнеса для потребителя» больше не работают.

Благотворительный сектор должен быть готов ко всему этому⁷³.

Исследования показывают, что люди готовы изменить свою позицию, если проблема, которую решает образовательная организация, совпадает с их личными ценностями и приоритетами.

Люди хотят, чтобы процедура привлечения пожертвований была ясной и доступной для понимания.

Почти половина, 48% очень внимательно относятся к конкретным действиям и механизмам осуществления благотворительной деятельности.

Около половины (46%) опрошенных молодых семей готовы жертвовать местным ДОУ, школам, колледжам, если они видят реальную помощь и могут ее проверить и наблюдать (на сайте видео, фотоотчет).

И, напротив, отказываются жертвовать, если проблема их не волнует.

38% потребителей хотят, чтобы образовательные организации упростили процесс онлайн-поддержки (например, нажать Like ВКонтакте или Facebook). У молодых семей и их детей есть смартфоны.

⁷³ Новые технологии пожертвований. Источник: http://www.r-trends.ru/trends/trends_594.html

Молодые семьи активно используют соц. сети, обсуждают и внимательно следят за информацией о проблемах ОО, поиском решения важных проблем: ремонт, покраска, приобретение оборудования, оснащение, новые информационные технологии, спорт, культура и пр.

12.2. Интернет-коммуникации на службе благотворительности

В последнее время заговорили о брендинге ОО в Интернет. Эффективное электронное представительство ОО требует большой технологической и маркетинговой работы веб-отделов.

Федеральный закон «Об образовании в РФ», мониторинги Минобрнауки РФ и Рособнадзора, отечественные и мировые рейтинги ставят перед ОО задачу профессионального подхода создания качественного и эффективного сайта, соответствующего потребностям пользователей (представителям целевой аудитории).

Продвижение образовательных услуг в современном мире осуществляется не только традиционным образом, посредством СМИ и проведения различного рода мероприятий — offline, но и в пространстве глобальной сети интернет — online. Интернет представляет собой глобальное пространство, где образовательные организации демонстрируют виртуальную активность, доказывая свое превосходство и конкурентные преимущества своим потребителям.

Конкуренция среди образовательных организаций постепенно перемещается из физического пространства в виртуальную среду. Интернет-технологии позволяют ОО выходить не только на местные, но и на региональные, национальные, мировые рынки потребителей образовательных продуктов и услуг.

Сайт ОО представляет собой электронное представительство образовательного учреждения в сети Интернет, посредством которого ОО осуществляет взаимодействие со своими контактными аудиториями.

Сайт ОО является мощным конкурентным преимуществом ее на рынке образовательных услуг (ОУ). Сайт является единственным адекватным средством отражения уникальных характеристик деятельности ОО, его индивидуальности и привлекательности рынку.

Реалии сегодняшней жизнедеятельности общества таковы, что теперь требуется найти адекватные технологические и маркетинговые формы перевода всей многогранной деятельности вуза (из «офлайн») в цифровое пространство Интернет («онлайн»).

В новом законе об образовании 2012 г. говорится об обеспечении создания и ведения официального сайта образовательной организации в сети «Интернет», где должны быть размещены информационные ресурсы, содержащие информацию о деятельности вуза в целях открытости и общедоступности. Подобная практика размещения на сайтах информации о вузовской деятельности стала объектом мониторинга со стороны Минобрнауки РФ и, как его следствие, сокращения и присоединения вузов друг другу.

Сайт ОО становится открытой площадкой для государственного и общественного контроля финансово-хозяйственной, образовательной, научной и иной деятельности.

Рост внимания к размещению и доступности необходимой информации на сайтах образовательных организаций вызван со стороны Минобрнауки РФ. С точки зрения маркетинга на сайте должна быть не просто информация, а «продающая» информация, которая интегрируется в коммуникацию вуза и потребителя, пользователя сайта ОО.

Конкурентоспособность образовательной организации определяется выбором потребителей ОУ, своего обучения в ОО. Сайт становится инструментом маркетинговых коммуникаций с потенциальными потребителями. Сайт становится основным источником информации о качестве образования для различных категорий потребителей ОУ, в первую очередь, абитуриентов и их родителей.

От 90–97% абитуриентов формируют свое первоначальное мнение о вузе на основании информации на его сайте. С развитием дистанционных форм и методов обучения и образования, сайт становится не только визитной карточкой образовательной организации, но и основным коммуникационным средством общения, установления связей ОО и потребителей ОУ, виртуальной и экономической площадкой для символического и стоимостного обмена.

Ключевая роль в конкурентном противоборстве за кошельки и потребности потребителей образовательных услуг, за мировое признание образовательной организации как научно-образовательного центра отведено его корпоративному сайту. Есть два направления повышения конкурентоспособности ОО посредством повышения эффективности сайта: качество сайта и его продвижение в Интернет.

Использование новых методов пожертвований.

14% респондентов хоть раз делали пожертвование через спонсорский сайт;

12% — пользуясь кредитной или дебетовой картой;

7% — посредством смс-сообщений;

5% — использовали благотворительный сайт на мобильной платформе.

Естественно, использование того или иного сервиса ограничено его доступностью. Однако те, кто хотя бы единожды воспользовался одним из методов, утверждают, что хотели бы сделать это снова.

Но те, кто никогда этого не делал, вряд ли будут пользоваться этими средствами в будущем.

Таким образом, пока технологии достаточно далеки от повседневной жизни людей.

Требуется фундаментальный переворот в общественном сознании, чтобы новые методы пожертвования были восприняты широкой аудиторией.

12.3. Отдельная проблема — это сайт образовательной организации⁷⁴

В середине первого десятилетия 2000-х гг. есть все основания говорить о сложившемся рынке образования в России. Исследователи отмечают сложный характер его становления, отмечая наличие основного критерия — конкуренции. В последующие годы наличие конкурентного рынка образования уже никто не оспаривал, и дискуссии шли в отноше-

⁷⁴ Шевченко Д.А. Конкурентоспособность вуза: методика оценки эффективности сайта вуза в системе Интернет // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. 2015. № 3 (146). С. 111–126.

нии векторов его развития. Особое внимание придавалось характеру и содержанию конкуренции, месту и роли государства в этом процессе. В настоящее время эта дискуссия потеряла свою актуальность. Государство целенаправленно стремится занять место мегарегулятора рынка образования и активно вмешивается в процесс виртуального представительства образовательной организации в Интернет. Рособрнадзор формулирует специальные требования к количеству и объему информации, которая должна быть на сайтах ОО.

Глобальная ориентация российских ОО на современном этапе означает интеграцию образования в мировое образовательное пространство. Реализация этой стратегии возможна при условии преобразования ОО в научно-образовательные центры (НОЦ), способные конкурировать с ведущими университетами мира. Современные условия диктуют задачу интеграции науки, образования и инновационной деятельности в ОО. Глобальные стратегические ориентиры повышения конкурентоспособности ОО России связаны с интеграцией их научно-образовательной деятельности на международном рынке образования. В новом законе РФ «Об образовании» 2012 года подчеркивается необходимость проведения независимой оценки качества образования. Она направлена на повышение конкурентоспособности организаций, осуществляющих образовательную деятельность и реализуемые ими образовательные программы на российском и международном рынках.

В отличие от традиционной схемы продвижения корпоративных сайтов интернет-маркетинг в сфере образования больше ориентируется не на позиции в поисковых системах Google и Yandex, а на место в российских рейтингах в сфере образования: РИА-Новости, Эксперт РА и в международных: The-QS, The Times, ARWU (шанхайский рейтинг) и других. Встает проблема оптимизации контента и продвижения сайта в Интернет. Это в свою очередь требует усилий менеджеров и сотрудников веб-лабораторий по организации качественного и эффективного контента, выбора современного дизайна, отладки удобной для пользователей навигации, предоставления возможности получения информации пользователям, обеспечение обратной связи (интерактивность). Следует искать пути хорошей видимости сайта в поисковых системах так, чтобы образователь-

ные и научные достижения стали известны не только отечественному академическому, но и мировому сообществам.

Для того, чтобы сайт образовательной организации занял достойное место в рейтингах, сотрудникам веб-отделов необходимо не только совершать действия по совершенствованию внутренних факторов сайта, но и серьезно заниматься контентом и навигацией (то, что называется юзабилити) — внешними факторами (видимостью сайта в Интернет), а руководству ОО — мотивировать преподавательский состав на создание научных статей в своих блогах, публикацию результатов научно-исследовательской деятельности в международных электронных базах данных для повышения цитируемости и PR ОО.

12.4. Причины торможения развития современных методов передачи информации

В ОО до сих пор существуют объективные причины, которые могут «тормозить» процесс совершенствования интернет-маркетинга, из-за которых поставленные цели не могут быть достигнуты. Есть несколько объективных проблем, с которыми сталкивается ОО, имеющих значение для понимания развития процесса интернет-маркетинга:

1) Турбулентность макросреды ОО. Не только проблемы демографии (растущее и угрожающее сокращение числа выпускников школ), но, что самое нетерпимое, постоянное изменение ситуации, политическая, правовая нестабильность. В таких условиях занятие рекламой образовательных программ требует изобретательного «креатива» со стороны специалистов маркетинга, рекламы и PR.

2) Известно, что образовательные организации консервативные и негибкие организационные структуры не в силу их косности, а в силу крупного масштаба и многосторонней оперативной их деятельности. Прием студентов в ОО ведется только один раз в год: весна — лето. Но сайт просматривают в течение целого года. Внимание к сайту с расширением второго высшего образования, MBA, особенно дистанционного образования и в целом дополнительного профессионального образования (ДПО) требует постоянной гибкости и подстройки сайтов к интересам и потребностям целевой аудитории.

3) Отсутствие квалифицированных кадров в сфере маркетинга, рекламы и PR, их низкая зарплата, часто и способностей профессионально и компетентно решить проблемы продвижения ОУ внешними маркетинговыми и рекламными компаниями. К маркетингу ОО относятся до сих пор, как к чему-то второстепенному и не обязательному.

С одной стороны, руководители образовательных организаций требуют от веб-мастеров размещения необходимой информации Минобрнауки РФ, а остальная настройка их мало интересует.

С другой стороны, преимущественно техническое образование специалистов веб-лабораторий не всегда является достаточным для понимания потребностей основных групп потребителей образовательных услуг — целевой аудитории. Несмотря на то, что у специалистов есть доступ к огромному количеству ценнейших данных, они продолжают создавать не всегда убедительные отчеты, содержащие сухие цифры, например, количества кликов, показов и просмотров страниц. Эти показатели, безусловно, хороши, но они не содержат результативных выводов по веб-аналитике.

Следует включать в отчеты лояльность посетителей, показатель отказов, экономическую ценность и многие другие показатели, которые действительно помогают понять, насколько наши действия эффективны.

4) Отсутствие достаточного компьютерного оборудования и навыков работы и использование информационных технологий в учебном процессе ОО. Проблема развития проектов в сети глобальна, она относится не только к организациям, работающим на российском рынке, но и на международном. Многие ОО не воспринимают интернет-пространство серьезно. Соответственно, нет способа убедить их платить за услуги веб-аналитики. Если ОО осознают, каких высот можно достичь, правильно используя интернет-пространство, они будут готовы вложить средства. Современные тренды рынка высшего образования лежат в развитии дистанционного образования, применении дистанционных форм обучения на всех уровнях и формах.

В последние годы активно развивается дистанционная форма образования — предложение ОО различных по формам и глубине образовательных программ, MBA, курсы. Как результат — получение диплома заочно, не выходя из дома. Это напоминает электронную торговлю об-

разовательными услугами населению. Те образовательные организации, которые это понимают, могут и уже зарабатывают хорошие капиталы.

Многие специалисты, ответственные за реализацию коммуникационной стратегии ОО столкнулись с проблемой повышения эффективности своей коммуникационной активности в Интернет-пространстве, в первую очередь, посредством управления сайтом образовательной организации (ОО).

Одно дело добиться высокого уровня научной и образовательной деятельности ОО на рынке образовательных услуг, другое дело — добиться прозрачности и видимости этой работы ОО в Интернет.

Сегодня актуальным становится такой тезис: мало найти эффективные механизмы повышения качества образовательной деятельности ОО в офлайн, надо еще сделать так, чтобы эта работа была видна и адекватно отражалась в онлайн.

К сожалению, даже в эру цифровых технологий, не все руководители частных и государственных организаций придают большое значение такому явлению, как интернет-маркетинг, многие не видят необходимости в использовании интернет-рекламы, что в настоящее время не позволяет им занять достойное место на рынке.

Сайт образовательной организации может гарантировать прозрачность многообразной и всесторонней образовательной и научной деятельности ОО, прямо и непосредственно отвечать на запросы целевой аудитории, в первую очередь, абитуриентов, поступающих.

Чтобы понять и оценить эффективность сайта ОО мы следовали следующей схеме: качественно выбрали критерии — подобрали параметры их оценки — оценили ОО по параметрам — с помощью матрицы парных сравнений, получили вес каждой ОО и провели ранжирование.

12.5. Основные критерии оценки сайта

Основными критериями оценки сайта ОО стали:

- дизайн,
- навигация,
- контент,
- интерактивность (обратная связь),

- видимость сайта в Интернет.

Подробно методика описана в книге.

Предлагаемая методика опирается на следующую гипотезу: предложения вуза, выраженные на сайте в форме контента (информации), дизайна, навигации, интерактивности (обратной связи), видимости его в Интернет, являются критериями оценки его качества, которое способствует повышению конкурентоспособности вуза на рынке ОУ. Предложения на сайте вуза, в соответствии с этими критериями, должны максимально соответствовать потребностям и ожиданиям целевой аудитории (целевых сегментов рынка ОУ). Совпадение ожиданий целевой аудитории и предложений на сайте вуза предопределяет его конкурентоспособность на рынке ОУ, способствует занятию им лидирующего положения на своем рынке⁷⁵.

Цели маркетинговой стратегии любой организации в Интернет — это увеличение аудитории, в конечном счете, увеличение продаж образовательной продукции и услуг, привлечение новых и удержание имеющихся клиентов (абитуриентов и студентов), повышение известности образовательной организации на рынке.

Прежде, чем ОО решит заниматься интернет-маркетингом, необходимо сформировать четкую стратегию действий в Интернет, которая может в себя включать:

- внешнюю и внутреннюю работу над сайтом ОО;
- работу по привлечению, удержанию и формированию мотивации посетителей к совершению покупки образовательных услуг;
- мероприятия по продвижению сайта в поисковых системах и специализированных рейтингах;
- соответствие полноты контента мониторингам Минобрнауки РФ (РИА-Новости) и международному рынку (версии сайта на английском и других языках);
- анализ поведения потребителей, работа с мнениями аудитории, замеры эффективности сайта.

⁷⁵ См.: Шевченко Д.А., Локтюшина Ю.В. Эффективность веб сайтов вузов [Электронный ресурс]. М., 2014. URL: <http://www.marketologi.ru/docs/downloads/lib/2015/04/27/1.pdf>

Глобальная конкурентоспособность системы образования может быть реализована исключительно образовательными организациями, которые сталкиваются с независимой оценкой их качества посредством рейтингов. Рейтинги становятся мерилom общественной и мировой оценки качества научно-образовательной деятельности российских ОО.

В США, развитых европейских странах, а также на Востоке рейтинги, их оценки ОО, давно обрели черты глобальных ориентиров совершенствования конкурентоспособности университетов.

Рейтинги стали мерилom качества научного потенциала ОО. Рейтинги фиксируют качество подготовки человеческих ресурсов к профессиональной деятельности, социальный и интеллектуальный вклад университетов в развитие научно-технического прогресса общества.

Вступление России во Всемирную торговую организацию только ускорило актуальность постановки этой проблемы для образовательного сообщества. Процесс подготовки и участия образовательных организаций России в отечественных и глобальных международных рейтингах, вхождения и продвижение научных работ в мировых информационно-аналитических базах данных стало актуальной повесткой дня.

Возможность участия в глобальных рейтингах требует от каждого университета информационной открытости, обеспечения видимости его ресурсов и академического потенциала на его сайте. В новом законе об образовании подчеркивается обеспечение информационной открытости образовательной деятельности ОО. Виртуальное представление университета требует перевода его образовательной и научной деятельности с языка offline на язык online.

Современная интрига современной обстановки на рынке образования состоит в том, что государство самым решительным образом стремится навести порядок на рынке образовательных услуг.

Сам по себе спонтанно развивающийся рынок образовательных услуг выполнить такую задачу не в состоянии. Государственная стратегия развития образования вступает в противоречие со стихийным характером развития рынка образовательных услуг. Инновационная стратегия государства заключается в том, что оно активно вмешивается в деятельность операторов рынка образования, подотчетных ему государственных ОО, а в последствии, в деятельность всех ОО России.

Деятельность любой ОО в мире можно оценить по тому, насколько сайт отвечает современным требованиям и насколько он открыт для пользователей не только в стране размещения, но и за рубежом.

Это, в свою очередь, предполагает соответствие научной и образовательной деятельности образовательных организаций параметрам мировых глобальных рейтингов.

Современное общество не имеет иного эффективного способа оценить готовность ОО к образовательной и научной деятельности, кроме как на сайте образовательных организаций.

В настоящее время ОО сталкиваются с проблемой создания эффективно работающих сайтов, включения в их платформы современных сервисов и приложений с целью повышения навигации, дизайна, прозрачности, видимости научно-образовательного контента на сайте.

Буквально за несколько лет сфера веб-разработок прошла путь эволюции от примитивных статичных веб-страничек (текст+картинки) до многофункциональных интегрированных с другими приложениями веб-систем.

Появилась реальная возможность «вынести» в веб-среду многие образовательные и научные процессы, сформировать механизмы распределенной работы групп ученых и т.д.

Образовательные организации стали создавать ни один, а множество сайтов, заточенных под решение специализированных задач (например, сайты по отдельным направлениям — дистанционное образование для разных групп потребителей).

При возникновении критической массы пользователей сформировалась блогосфера, появились подкасты и целый пучок проектов тренда Веб 2.0, основанных на генерации контента самими посетителями.

Самой основной предпосылкой появления и развития интернет-маркетинга является понимание руководителями ОО, что сайт — это не только визитная карточка или рекламный буклет, выложенный в Сеть, но и бизнес-инструмент и контент-сервисная среда.

Интернет изменил правила игры, и ОО придется изменить свой маркетинг, чтобы извлечь максимальную пользу из существующего благодаря Интернету открытого рынка идей.

12.6. Принципы клиент-ориентированного маркетинга образовательной организации в виртуальном мире

Сформулируем новые принципы клиент-ориентированного маркетинга образовательной организации:

— маркетинг в Интернет — это не просто реклама образовательных услуг;

— PR (связи с общественностью) предназначены не только для массовой аудитории СМИ;

— ОО — это то, что он опубликовано на сайте;

— целевую аудиторию интересует подлинность, а не раскрутка образовательных услуг;

— целевая аудитория образовательной организации потенциально готова участвовать в деятельности и управлении ОО, а не выслушивать пропаганду достижений ОО и руководства;

— Интернет-маркетинг — это не одностороннее освещение деятельности ОО и ее подразделений, а предоставление оперативного и необходимого контента в тот самый момент, когда представители целевой аудитории в нем нуждаются (теперь и Минобрнауки РФ);

— специалисты по маркетингу должны изменить свой способ мышления, перейдя от традиционного маркетинга, направленного на строго определенные целевые сегменты, к стратегии, привлекающей с помощью Интернета многочисленные интересующиеся деятельностью ОО круги общественности, чей спрос не удовлетворен;

— PR существует не для того, чтобы ректор увидел образовательную организацию по телевизору или видели на сайте его активность, а для того, чтобы потенциальные потребители могли убедиться в образовательной и научной активности ОО, отображаемой в Сети;

— маркетинг не для того, чтобы ОО выигрывали призы, а для того, чтобы ОО выигрывали призы в конкурентной борьбе за потребности и интересы потребителей образовательных услуг;

— после долгих лет исключительной сосредоточенности на СМИ Интернет возвращает PR (связи с общественностью) в их исконное предназначение;

— ОО, ответственные подразделения и факультеты (кафедры) должны привлекать внимание поступающих, абитуриентов (покупателей ОУ) адекватным их ожиданиям онлайн-контентом;

— блоги, социальные сети, онлайн-видео, электронные книги, новостные релизы и другие формы онлайн-контента предоставляют возможность образовательным организациям обращаться напрямую к потенциальным потребителям ОУ в подходящей для них форме.

12.7. Целевая аудитория образовательной организации в Интернет

Интернет стирает границы между маркетингом, рекламой и PR.

Для интернет-маркетинга оценки эффективности ОО принципиально важно определить целевую общественность, аудиторию, к которой обращается и должна быть обращена структура контента сайта ОО.

К представителям целевой аудитории сайта ОО, с точки зрения маркетинга, относятся те, кто потенциально готов платить за образовательные услуги и от кого зависит его будущее и настоящее. Ниже представлены 10 основных групп представителей целевой общественности:

1. Поступающие — абитуриенты и их родители — потенциальные потребители. Информация, отражающая их потребности, интересы и выгоды, в том числе для иностранных клиентов является ключевым фактором формирования и актуализации потенциального спроса на образовательные услуги.

2. Министерство образования и науки сформулировало свои требования к сайту и продолжает их формулировать.

3. Руководство образовательной организации, администрация, Попечительский совет должны быть довольны ОО и иметь возможность положительно сравнить свою ОО с другими конкурирующими ОО.

4. Студенты — фактические клиенты. Для них должна быть информация о преподавателях, их научных и профессиональных успехах, службе содействия занятости, деятельности медицинского центра, гимнастических залов, бассейна и др. важна информация о стажировках и обменах студентами, юридической помощи, оформлении документов.

5. Профессорско-преподавательский состав (ППС) — персонал, основной двигатель услуг. Это производственный сектор. Информация

о возможностях стажировки, повышения квалификации, участия в конференциях. Здесь должна быть информация, ориентированная на иностранных преподавателей и специалистов. Информация о том, «кто есть кто», ссылки на блоги или персональные страницы преподавателей.

6. Международная академическая общественность.

7. Выпускники Ассоциации выпускников. Благотворители.

8. Работодатели. Информация о технологиях взаимодействия ОО, студентов с работодателями. Контент, адресованный для отраслевых сообществ, заинтересованных в сотрудничестве.

9. Кредитные учреждения, банки. Они хотят видеть ОО в рейтингах на первых позициях.

10. СМИ и Интернет-сообщества.

Есть контент, который непосредственно не приносит прямых доходов, но является мощными PR для более широких групп общественности, которые являются выразителями общественного мнения об образовательной организации, ее имидже и репутации.

На главной странице сайта должны присутствовать соответствующие разделы и направления. Клиент-ориентированность контента сайта должна быть направлена и отражать:

1) Научные достижения. Научные исследования.

2) Международное сотрудничество ОО.

3) Библиотечные ресурсы ОО.

4) Блоги ППС и, в первую очередь, ректора.

5) Социальные сети: Фейсбук, Вконтакте, Твиттер и пр.

6) Расписание. Необходимо позаботиться о проблеме удобства поиска и обновления и возможности просмотра расписания с мобильных устройств. Здесь есть ограничения в удобной кроссплатформенности сайта.

7) Сервисы: регистрация, подписка, рассылка, открытие почты и др.

8) Контент сайта на иностранном языке. Есть мнение, что минимум перевода контента сайта должен составлять не менее 30%.

Какой контент переводить? Решать каждой ОО самостоятельно.

В заключение попытаемся предложить собственную версию структуры клиент-ориентированного контента для сайта ОО.

На главной странице сайта должен быть контент, соответствующий запросам и выгодам целевой аудитории. Нами были проанализированы западные и отечественные сайты.

12.8. Оптимальная контентная структура сайта образовательной организации

На этом основании можно предложить следующую версию структуры контента для главной страницы сайта, например, вуза:

1. О вузе — все, что требует Постановление Правительства РФ от 10.07.2013 № 582.

2. История, руководство, попечительский совет, структура: факультеты, студенческие советы.

3. Новости/анонсы, объявления.

4. Поступающим — абитуриентам и родителям, приемная комиссия: документы и т.п.

6. Студентам — студенческие советы, НИР, культурная жизнь, КВН, ССЗ, спорт и др.

7. ППС — ссылки на блоги и персональные страницы преподавателей, информация о библиотеке, базах данным, международным базам данных, рейтинги, конкурсы и их результаты в вузе и пр.

8. Наука. Научные исследования — участие в рейтингах, результаты научных исследований и результатов НИОКР, статьи, информация о докторантуре, аспирантуре, магистратуре, адъюнктуре и пр.

9. Международная деятельность — список вузов-партнеров, условия стажировок, условия обмена студентами, ссылки на дружественные иностранные кафедры, итоги конкурса международного обмена, международные и магистерские программы и пр.

10. Выпускникам — ассоциация выпускников, деятельность в сфере благотворительности, работа попечительского совета, фандрайзинг, спонсорские проекты и т.п. совместные программы.

11. Партнерам — работодатели, кредитные учреждения, СМИ и пр.

12. Научная библиотека — электронная библиотека, возможность подписки, возможность оформления электронного читательского билета и т.п.

13. Контакты — телефоны, адрес, проезд и пр.

14. Расписание, англ. версия, регистрация, подписка, почта, поиск, форум, сети, блоги, веб-лаборатория, ДОДы, пресс-центр и пр. (целесообразно разместить эти разделы в теле заголовка и др.)

Таковы общие и конкретные требования Интернет — маркетинга к структуре построения клиент-ориентированного контента сайта ОО.

12.9. Благотворительность и проблема обратной связи. Активность образовательной организации в социальных сетях — SMM

Интернет-маркетинг в ОО можно представить несколькими позициями:

- 1) сайт университета и проблема его продвижения в Интернет;
- 2) подсайты и подразделы главного сайта образовательных подразделений — та же проблема, которая решается еще сложнее;
- 3) все более активизирующая форма взаимодействия студентов и преподавателей — электронная почта, сети (блоги, ЖЖ, ВКонтакте, Одноклассники, Твиттер, Фэйсбук и пр.) — здесь процесс набирает силу;
- 4) научная деятельность преподавателей и ОО в целом и ее отражение в Интернет, российских и международных рейтингах.

Рынок ОО — это потенциальные и фактические потребители, клиенты — студенты, которые стремятся получить высшее образование и готовы посвятить этому лучшие годы своей жизни.

На сайтах ОО присутствуют элементы обратной связи.

Так, на главной странице сайта в футере можно заметить ссылку «Задать вопрос директору» и, заполнив форму, можно отправить письмо.

Можно предположить, что данная ссылка располагается внизу по причине того, чтобы письма писали не по любому поводу, а только тогда, когда другими способами решить вопрос уже нельзя.

На сайтах существуют форумы, где любой зарегистрировавшийся может задать администрации интересующий его вопрос.

Форумы разбиты на тематики и, возможно, обладают еще большим количеством полезной информации для обучающихся.

Для обратной связи с целевыми группами потенциальных благотворителей имеет важное значение — возможность подписки.

На сайтах присутствует возможность подписки на RSS новости и анонсы, что делает сайт еще более удобным и привлекает дополнительный трафик посетителей.

Еще один момент обратной связи — это обновляемость информации.

PR-служба, занимающаяся обновлением и добавлением новостей, событий, анонсов на сайт, должна работать четко. На сайте всегда должна быть представлена актуальная информация. Новости должны быть написаны хорошим русским языком, чтобы возникало желание их прочитать.

Можно заметить, что потенциальные и реальные клиенты образовательной организации активно пользуются социальными сетями и Интернет-коммуникациями, в целом как и западные ОО, которые опережают нас по мультимедиа на сайтах, презентациях, видеороликах, дистанционному образованию и выкладыванию контента в сети Facebook, You tube и др.

Наши студенты предпочитают использовать для своего общения и обсуждения выбора своего обучения в том или ином вузе отечественные социальные сети: ВКонтакте и др.

Социальная сеть — это онлайн-среда, объединяющая людей по интересам. Сюда приходят, чтобы обсуждать и комментировать самые разные темы и события.

Среди них можно выделить следующие категории:

Блоги — онлайн-журналы. Блоги бывают индивидуальные и корпоративные, кроме того, существуют и специальные сайты для размещения блогов. Хорошим примером качества работы образовательной организации и ее корпоративной ответственности могут служить персональные блоги руководителей и преподавателей ОО⁷⁶.

Тематические электронные сообщества — как правило, поддерживаются в рекламных целях.

Социальные объединения — онлайн-сервисы, с помощью которых общаются люди со схожими интересами. Здесь обсуждают то,

⁷⁶ См., например, блог профессора Шевченко Д.А. <http://shevchenko.rggu.ru>

что тревожит, волнует, здесь есть возможности высказать свои идеи и мысли, дать выход чувствам.

ОО ведут активную деятельность в известных социальных сетях, модераторы сообществ и страничек постоянно обновляют информацию и рассказывают обо всех событиях, происходящих в ОО.

Не пользуется у нас популярностью сеть: Twitter.

Страницы ОО в Twitter практически не обновляются.

В основном работы по продвижению своих идей ведутся в социальных сетях VKontakte и Facebook.

Необходимо отметить важность использования такой сети, как YouTube: количество роликов и посетителей сайта продолжает расти, и это отрадный факт для тех, кто хочет воспользоваться предоставляемыми YouTube возможностями. Только за последние два года трафик YouTube удвоился.

Лайки, количество фолловеров и комментариев к записям повышают репутацию организации в Интернет, а также позитивно влияет на результаты органичной поисковой выдачи.

Если пресс-служба ОО будет активно работать с социальными сетями, то лайки, фолловеры и комментарии не заставят себя долго ждать.

Часто бывает так, что сообщество в социальных сетях становится популярнее и более посещаемым основного веб-сайта, этим стоит воспользоваться. Необходимо понимать, что человек, впервые пришедший к вам на сайт, может получить информацию и больше никогда не вернуться к вам, а если тот же человек станет членом вашего интернет-сообщества, то останется с вами надолго и будет получать предлагаемые обновления и сообщения. См. рис. 5.

Многие организации транслируют в ленту новостей ссылки на последние публикации и препринты, тем самым обеспечивая дополнительный трафик на сайт, улучшение пользовательских факторов и увеличение цитируемости.

Колледжи имеет несколько официальных сообществ Vkontakte под разные целевые аудитории и потребности. В зимний период ОО рекламирует в сообществе Vkontakte зимнюю школу для поступающих на курсы. Можно предположить, что в другой сезон ОО продвигает другие образовательные услуги и направления.

Преимущество социальных сетей

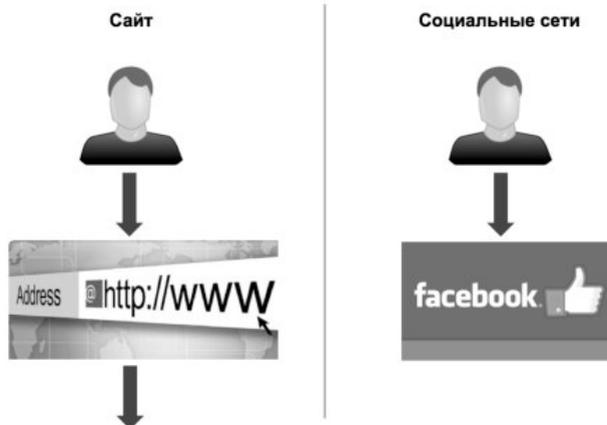


Рис. 5. Преимущества социальных сетей в продвижении сайта образовательной организации

Такой университет как Гарвард активно участвует в дискуссиях в социальных сетях и ведет аккаунты на всех популярных сайтах.

Университет постоянно обновляет ленту новостей в FaceBook, Twitter, LinkedIn, Google Plus, YouTube и даже размещает аудио- и видео-подкасты в iTunes U, что показывает, насколько университет Гарвард — гибкий организм.

На Западе отвергается такой принцип, что под ОО должны подстраиваться сами абитуриенты и студенты! Именно ОО должны следить за последними тенденциями в коммуникации и подстраиваться под потребителей ОУ, чтобы быть всегда первой и постоянно обновляться.

Чем еще могут быть полезны сообщества?

Любой образовательной организации необходимо понимать, кем стали ее выпускники и где работают ее студенты. До появления социальных сетей, чтобы это выяснить требовалось очень много времени и сил, часто время было потрачено зря.

Сейчас же инструменты аналитики позволяют понять, кто ваши выпускники и студенты, исходя из данных, указанных на страницах ваших подписчиков. Разумеется, что здесь погрешность присутствует и

всегда будет присутствовать, но, все же, такой метод более эффективен и требует меньше времени на сбор и обработку данных.

Что же касается наших зарубежных коллег, то стоит отметить, что все знаменитые колледжи уже давно превратили свои сообщества в социальных сетях в клубы для общения и обмена опытом.

Анализируя сайты российских ОО, часто можно встретить так называемые образовательные порталы, которые часто выполняют те же функции, что и сообщества в социальных сетях. Почему бы не перенести общение с сайта на общедоступный ресурс и привлечь, тем самым, новых участников для дискуссий?

Настойчиво рекомендуем обязательно вести аккаунт и интегрироваться во все популярные социальные сети, вроде Facebook, LinkedIn, Twitter, Vkontakte. Начать привлекать новые аудитории, особенно благодотворительную аудиторию и информировать существующих подписчиков о вашей деятельности, ходе выполнения проектов.

Еще один электронный ресурс доставки информации и установления обратной связи — форумы. Хотя в настоящее время все обсуждения и вопросы аудиторий выносятся в социальные сети, не стоит умалять достоинств внутренних форумов. В отличие от сообществ, форумы позволяют наращивать контент интернет-ресурса ОО, цитируемость и улучшать пользовательские факторы сайта.

Нельзя игнорировать работу с отзывами. Нет такой организации, которая бы не заботилась о внешнем окружении — отзывах. В последнее время порталы отзывов стали плодиться с невероятной скоростью и любой человек может написать то, что хочет, не важно, был такой инцидент или нет.

Администраторам, редакторам, модераторам сайта и социальных сетей необходимо заниматься мониторингом отзывов и работать с ними. Нельзя оставлять отзывы без ответа, тем более негативные отзывы. Часто, выбирая тот или иной колледж или вуз, потребители руководствуются мнением других людей — это важно принять, понимать и делать соответствующие выводы. См. рис. 6.

Отзывы распространяют и на специализированных сайтах, и в социальных сетях. В последнее время именно социальные сети стали двигателем общественного мнения о любой организации.

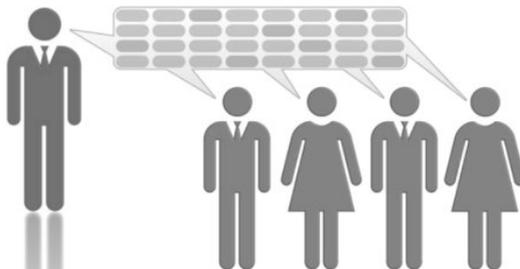


Рис. 6. Работа с внешними коммуникациями

Как же узнать, что о нас говорят?

Если у вас есть зарегистрированный хештег⁷⁷, вроде #правовой колледж, то, забив его в строке поиска в любой социальной сети, вы можете оценить количество и качество упоминаний. Это относится и к новостям, и к отзывам.

См., например, Правовой колледж МИИТ⁷⁸.

См. рис. 7.

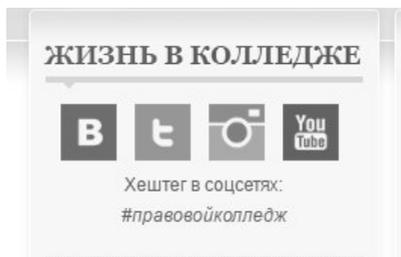


Рис. 7. Обратная связь в социальных сетях вузов

Хэштег должен быть написан как единое целое, например #колледжсети (альтернативным способом написания слов между собой, может быть нижнее подчеркивание, к примеру; #колледж_в_сети), а также теги могут содержать цифры и буквы, но остальные знаки, такие как запятая, восклицательный знак, звездочки и так далее, в хэштегах не поддерживаются.

⁷⁷ Hashtag — это такая специальная метка, с ее помощью пользователи быстрее находят в сети записи и фотографии на определенную тему. Их используют и в других популярных сетях — Twitter, ВКонтакте, Facebook.

⁷⁸ См. сайт Правового колледжа МИИТ. <http://www.college-miit.ru>

Хештеги используются повсеместно, любой телевизионный канал обладает таким ключом к информации о себе. Абсолютно любой человек, столкнувшийся с вашей ОО может оставить отзыв в социальных сетях и добавить название вашего хештега к сообщению. Необходимо стараться сделать так, чтобы сообщений с хештегами было больше и чтобы тон этих сообщений был лучше⁷⁹.

Для того, чтобы эффективно решать свои задачи в вебе, необходимо постоянно улучшать и оптимизировать стратегию интернет-маркетинга, стратегию по использованию поиска в социальных сетях, навигацию по сайту и контент страниц равно, как и оффлайновый маркетинг, пресс-релизы и взаимодействие по обмену данными с веб-сайтом⁸⁰.

Будущее фандрайзинга для крупных городов — это электронный фандрайзинг, рассчитанный на массу небольших пожертвований от частных лиц. Можете снять документальный фильм, фильм сказку, фильм — видео о занятиях рисования, лепки, технического мастерства, столярных работ, процессов кружковой деятельности и дополнительного образования.

12.10. Краудфандинг

Краудфандинг приобретает актуальное значение в процессе привлечения пожертвований.

Можно создать страницу Crowdfunding в своих аккаунтах социальных сетей. Это могут быть площадки Вконтакте, Одноклассники, Facebook. Привлечение даже одного сторонника может привести к гораздо большим результатам пожертвований в дальнейшем.

Crowdfunding является идеальным методом сбора средств для организаций всех размеров. Организовать кампанию, установить цель, обратиться к донорам и попросить пожертвования для вашего дела.

⁷⁹ ЯМУ (колледж) им. Л.В. Собинова. 4 июня. 2016 в 0:20 1. #muzsobДоброеУтро 2. #muzsobИнтересныеФакты 3. #muzsobМинуткаБезопасности 4. #muzsobЮмор
Источник: https://vk.com/topic-4118912_34311937

⁸⁰ Скотт Д.М. Новые правила маркетинга и PR: как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем / Дэвид Мирман Скотт. М.: Альпина Паблишер, 2013.

При организации приема пожертвования через Интернет важное значение имеет знакомство с работой онлайн-сервисов по сбору, переводу денежных средств от выпускников, родителей, бабушек и дедушек, желающих помочь.

Убедитесь, что ваш опыт онлайн-пожертвований легко воспринимается донорами, а затем вы можете обратиться ко всем сторонникам вашей ОО. Делая это легко внести свой вклад онлайн в считанные секунды, а ОО получит больше денег.

Смотрите лучшие онлайн-сервисы пожертвования для образовательных организаций⁸¹.

В России запущен национальный сервис социального краудфандинга.

Пожертвования/инвестиции принимаются через большинство современных известных платежных систем, что делает процесс сбора средств максимально удобным и оперативным для рядового пользователя.

Пример — специальный проект Департамента культуры города Москвы и Краудфандинговой платформы Boomstarter, «Молодая Москва», направленный на создание благоприятных условий для реализации общественных проектов совместно с жителями города. Пионером рынка краудинвестинга в России стала платформа SmartMarket.net. Сервис не был ориентирован на мелких инвесторов (минимальная сумма вложения составляла 30 тыс. руб.) и на старте позволяла претендовать только на часть прибыли компании. На данный момент платформа перезапущена под названием VCStart. Примерно с марта 2013 года наблюдается взрывной рост интереса к краудфандингу со стороны интернет-пользователей России. Проводится все больше мероприятий, направленных на популяризацию данного способа привлечения финансирования.

2014 год принес на российский краудфандинговый рынок следующие нововведения:

— запуск краудлендинговой площадки Fingooroo;

⁸¹ <https://qiwi.com>

— старт краудинвестинговых площадок StartTrack (за 2014 год привлечено 50 млн руб.);

— VCStart и WeShare.

«Яндекс.Деньги» объявил о запуске платформы «Вместе: для добрых дел», которая призвана упростить сбор денежных средств через Интернет на различные проекты или благотворительные нужды.

Платежная система WebMoney запустила услугу «Коллективные покупки», позволяющую пользователям объединяться в группы для сбора денег с целью приобретения товаров у поставщиков по оптовым ценам или для крупных заказов в зарубежных магазинах, а также новый сервис Funding от WebMoney Transfer, который реализует сразу четыре направления по сбору средств.

Обратите внимание и на такой интересный факт, как необходимость учета этических проблем распространения информации в социальных сетях.

Аналитик Российской ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК) Карен Казарян напомнил, что в России порядка 1,5 млн чиновников, из которых, по его оценкам, примерно 70% могут пользоваться социальными сетями⁸².

Чиновников обяжут отчитаться об участии в соцсетях

Чиновникам надо будет до 1 апреля 2017 предоставить в отделы кадров информацию о своих аккаунтах в соцсетях и форумах. Минтруд РФ готовит для распространения среди чиновников специальную форму, в которой госслужащие должны будут указать свои аккаунты в социальных сетях и на форумах. Первый отчет они должны будут предоставить работодателям до 1 апреля 2017 года. В качестве штрафной санкции за не указанный чиновником аккаунт ему будет грозить увольнение с госслужбы.

Как отмечает Минтруд, основанием этой инициативы стала статья 20.2 закона «О государственной гражданской службе» (79-ФЗ), которая предписывает чиновникам раскрытие для работодателей информации о своих аккаунтах в соцсетях и именах, используе-

⁸² Источник: <https://news.mail.ru/society/27881770>

мых там. Министерство заявляет, что цель этого регулирования — «обеспечение соблюдения гражданами служащими правил профессиональной этики». Также уточняется, что поданная чиновниками информация будет носить строго конфиденциальный характер. В случае если гражданин отрицает размещение общедоступной информации, а также данных, позволяющих его идентифицировать, на сайтах или страницах сайтов в сети интернет, то полагаем необходимым получить от него подтверждение данного факта в письменной форме, — отметили в пресс-службе Минтруда. Главный вопрос: как проконтролировать полноту предоставленных сведений и как доказать, что найденный аккаунт в соцсети действительно принадлежит чиновнику, а не фейковый? В качестве примера громкого резонанса высказывания чиновника в соцсетях можно вспомнить пост бывшего министра образования РФ **Дмитрия Ливанова**, который негативно охарактеризовал в Twitter SIM-карту компании МТС. Одно грубое слово в Сети, и на министра обрушилась лавина критики со стороны депутатов, общественных движений и простых граждан.

Вопросы для самоконтроля

1. Что собой представляют электронные средства благотворительной деятельности?
2. Почему поколение «Y» и поколение «Z» связано с электронными коммуникациями?
3. Как вы можете оценить эффективность Интернет-коммуникаций в отношении благотворительности?
4. Как вы можете охарактеризовать структуру контента вашего сайта в отношении его уровня адаптации к благотворительной деятельности?
5. Какие вы видите причины торможения развития современных электронных методов работы с целевой аудиторией?
6. Как отражена целевая аудитория вашей образовательной организации на сайте?
7. Как вы определяете оптимальный контент вашего сайта образовательной организации с точки зрения обратной связи с ЦА?

8. Как вы можете определить уровень вашей в социальных сетях — SMM в целях повышения эффективности вашей благотворительной деятельности?

9. Какие новые формы технологий вы используете для привлечения благотворительной помощи?

10. Какие новые формы PR-стратегий используются вами в целях привлечения пожертвований?

11. Используются ли в вашей организации технологии фандрайзинга?

12. Дайте оценку уровня развития фандрайзинга в вашей образовательной организации?

13. Используются ли в вашей организации технологии краудфандинга для благотворительных целей?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Вместо традиционного заключения позвольте представить несколько эффективных технологий и принципов построения коммуникаций с потенциальными и реальными клиентами — благотворителями образовательной организации.

«Спасибо» при личной встрече. Нужно учитывать, когда вы будете говорить этой категории благотворителей «спасибо».

Вполне возможно, они не захотят широкой огласки своих добрых дел, но в любом случае директор образовательного учреждения должен поблагодарить такого жертвователя при личной встрече или в письменном виде.

Каждый родитель — спортсмен. Родители тоже соперники и у каждого есть спортивный азарт и чувство игры. Если вы сможете доказать, что вы повысите конкурентоспособность своей ОО, улучшите оборудование по отношению к другим ОО — конкурентам, это будет принято с пониманием!

Все спортсмены привыкли к разного рода символике, гербам и логотипам своих команд. Можно попробовать разработать символику участника по каждому проекту. Тут фантазия ваша может не иметь границ! Пусть студенты или школьники помогут и подскажут, какие они видят тут варианты поощрения и причастности.

Страх стимулирует или парализует?

Большая часть исследований показала: усиливающие страх сообщения обычно стимулируют получателей предпринять меры по уменьшению угрозы. Однако это общее правило имеет одно важное исключение: когда вызывающее страх сообщение описывает опасность, но реципиенты не получают четких указаний о конкретных и эффективных мерах ее уменьшения, могут «блокировать» сообщение, то есть отрицать, что опасность имеет какое-то отношение к ним самим.

Как следствие, они действительно могут оказаться парализованными и вообще не предпринять никаких действий.

Если вы хотите указывать на очень серьезные проблемы в крупномасштабном проекте по благоустройству помещений ОО, целесообразно сопроводить заявление планом действий, который организация могла бы принять для предотвращения возможной катастрофы.

Тогда потенциальные благотворители могут отреагировать положительно!

Родители-инвесторы всегда хотят знать, как будут работать их деньги через полгода, а то и через пять лет.

Отчет о целевом расходовании средств не убеждает, если он чужой!

Отчет о пожертвованиях может перестать быть убедительным фактом целевого расходовании средств родителей. Результаты исследования показали: опрашиваемые родители воспринимали услуги как очень ценные сразу после того, как видели их результаты, но со временем ощущение их ценности снижалось. У тех, кто сам участвовал в процессе оказания услуг ОО, наблюдался обратный процесс.

Статистика. Важно оперировать цифрами — к ним больше доверия. И все понимают, что вы считаете и вы рачительны.

Моделирование ситуации. Отлично работают прогностические модели. Вы строите модель будущего. Если будут такие — то суммы, мы получим то-то и то-то. При этом надо уточнить, что получают конкретные родители для своих конкретных детей.

Нужна коммуникация — надо разговаривать, но, главное, обсуждать и просить высказаться!

Презентация руководителя или ответственного в ОО. Убедительная, с хорошим дизайном сделанная презентация на родительском собрании (РС), родительском комитете (РК), попечительском совете (ПС) — 90% успеха.

Самый хороший вариант — говорить правду.

Можно ли отказаться и предложить снять вопрос о финансировании — да!

Это сильный ход! Иногда надо время для принятия решения. Обещать подготовить этот вопрос для следующего раза. Желательно, чтобы заместитель ставил проблему, а руководитель ее снимал.

Надо не забывать благодарить — от диплома до медали!

Надо показать, что вы заботитесь о воспитанниках, учениках, студентах!

Уборка территории — забота о безопасности детей!

Уборка классов — забота об экологии. Нужны цифры. И примеры.
Поддерживаем слабых, ОВЗ.

Повышение зарплаты педагогам, преподавателям.

Будет понятно, если вы сможете доказать, что привлекаете высококвалифицированных специалистов и докажете это!

ИСТОЧНИКИ

1. Конституция РФ.
2. Гражданский кодекс РФ. Ч. 1-3 (ст. 582, ст. 105, 124).
3. Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ (ред. от 05.05.2014)
«О благотворительной деятельности и благотворительных организациях».
4. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (п. 3 ст. 5).
5. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
6. Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» (ст. 26).
7. Федеральный закон от 21.11.1996 № 129-ФЗ «О бухгалтерском учете» (п. 2 ст. 9).
8. Налоговый кодекс РФ (ст. 250, п. 8; ст. 146; ст. 264; п. 5 ст. 149; п. 1 ст. 172 и п. 1 ст. 171).
9. Инструктивное письмо Министерства общего и профессионального образования РФ от 15.12.1998 № 57 «О внебюджетных средствах образовательных учреждений».
10. Указание Банка России от 11.03.2014 № 3210-У «О порядке ведения кассовых операций юридическими лицами и упрощенном порядке ведения кассовых операций индивидуальными предпринимателями и субъектами малого предпринимательства».
11. Письмо Министерства образования РФ от 27.06.1995 № 48-М «О фактах неправомерного взимания денежных средств с родителей обучающихся».
12. Порядок ведения кассовых операций в Российской Федерации: утв. решением Совета директоров Центрального Банка России 22.09.1993 № 40 (с изм. от 26.02.1996).

ЛИТЕРАТУРА

1. *Армстронг Г., Вонг В., Котлер Ф., Сондерс Дж.* Основы маркетинга. — М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2010.
2. *Ассель Г.* Маркетинг: принципы и стратегии. — М.: ИНФРА-М, 2001.
3. Блог профессора Шевченко Д.А. <http://shevchenko.rggu.ru>
4. *Дэвид М.* Новые правила маркетинга и PR: как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем. — М.: Альпина Паблишер, 2013.
5. *Котлер Ф.* Маркетинг-менеджмент. — 11-е изд. — СПб.: Питер, 2005.
6. *Котлер Ф.* Основы маркетинга. — М.: Прогресс, 1990.
7. *Левитт С., Дабнер С.* Фрикомыслие: Нестандартные подходы к решению проблем. — М.: Альпина Паблишер, 2015.
8. Психологические механизмы мотивации человека. — М., 1990.
9. *Шевченко Д. А.* — автор фирменного стиля Российского государственного гуманитарного университета. См.: http://www.rsuh.ru/binary/66861_64.1210147707.62542.pdf
10. *Шевченко Д. А.* Исследование потребительского поведения крупных сегментов рынка в России: поколенческий подход. // Практический маркетинг. — 2013. — № 4.
11. *Шевченко Д. А.* Конкурентоспособность сайта вуза: методика оценки эффективности вуза в системе Интернет // Социс. — 2015. — № 3 (146).
12. *Шевченко Д. А.* Маркетинг образовательных услуг. — М., МИПК, 2015.
13. *Шевченко Д. А.* Реклама, маркетинг, PR. — М.: РГГУ, 2014.
14. *Шевченко Д. А., Локтюшина Ю. В.* Эффективность веб-сайтов высших учебных заведений. — М., 2014 (Электронный ресурс) <http://www.marketologi.ru/docs/downloads/lib/2015/04/27/1.pdf>
15. *Шейн Э. Х.* Организационная культура и лидерство. — СПб.: Питер, 2002.
16. Экономические стратегии. — 2005. — № 7.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение № 1

ДОГОВОР ПОЖЕРТВОВАНИЯ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМУ УЧРЕЖДЕНИЮ НА ОПРЕДЕЛЕННЫЕ ЦЕЛИ (вариант 1)

г. ... « ____ » _____ 20__ г.

Родители воспитанников, студентов группы № _____,
именуемые в дальнейшем «Жертвователю», в лице _____

_____,
(фамилия, имя, отчество) с одной стороны, и ОО «...» именуемое в
дальнейшем «Одаряемый», в лице _____

_____,
(должность, Ф. И. О.)

действующего на основании УСТАВА, с другой стороны, заключили
настоящий Договор о нижеследующем.

1. Предмет договора

1.1. Жертвователю обязуется на добровольной основе безвозмездно
передать Одаряемому в собственность на цели, указанные в настоящем
Договоре, денежные средства (далее по тексту договора — Пожертво-
вание) в размере _____
_____ руб.

(сумма цифрами и прописью)

Образовательное учреждение вправе привлекать в порядке, уста-
новленном Положением «О порядке привлечения, расходования и учета
добровольных пожертвований физических и юридических лиц ОО
«...» дополнительные финансовые средства за счет добровольных по-

жертвований и целевых взносов физических или юридических лиц, в том числе иностранных.

1.2. Пожертвование передается в собственность Одаряемому на осуществление следующих целей:

- 1.2.1. функционирование и развитие ОО;
- 1.2.2. осуществление образовательного процесса;
- 1.2.3. обустройство интерьера;
- 1.2.4. проведение ремонтных работ;
- 1.2.5. приобретение предметов хозяйственного пользования;
- 1.2.7. обеспечение безопасности ОО;
- 1.2.8. развитие предметно-развивающей среды;
- 1.2.6. _____

1.3. Указанные в п. 1.2. цели использования Пожертвования соответствуют целям благотворительной деятельности, определенным в статье 2 Федерального закона N 135-ФЗ от 11.08.1995 г. «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях».

2. Права и обязанности сторон

2.1. Жертвователю перечисляет на расчетный счет Одаряемого Пожертвование в течение ____ дней с момента подписания настоящего Договора.

2.2. Одаряемый вправе в любое время до перечисления Пожертвования от него отказаться. Отказ Одаряемого от Пожертвования должен быть совершен в письменной форме. В таком случае настоящий Договор считается расторгнутым с момента получения Жертвователем письменного отказа.

2.3. Одаряемый обязан использовать Пожертвование исключительно в целях, указанных в п. 1.2. настоящего Договора. В соответствии с п. 3 ст. 582 ГК РФ одаряемый обязан вести обособленный учет всех операций по использованию Пожертвования. Об использовании Пожертвования он обязан предоставить Жертвователю письменный отчет, а также давать Жертвователю возможность знакомиться с финансовой, бухгалтерской и иной документацией, подтверждающей целевое использование Пожертвования.

2.4. Если использование Пожертвования в соответствии с целями, указанными в п. 1.2 настоящего Договора, становится невозможным вследствие изменившихся обстоятельств, то Пожертвование может быть использовано Одаряемым в других целях только с письменного согласия Жертвователя.

3. Ответственность Одаряемого

3.1. Использование Пожертвования или его части не в соответствии с оговоренными в п. 1.2. настоящего договора целями ведет к отмене договора пожертвования. В случае отмены договора пожертвования Одаряемый обязан возвратить Жертвователю Пожертвование.

4. Прочие условия

4.1. Настоящий договор вступает в силу с момента его подписания сторонами.

4.2. Все разногласия, вытекающие из настоящего Договора, будут по возможности разрешаться сторонами путем переговоров и разрешаются в порядке, определенным гражданским процессуальным законодательством РФ.

4.3. Все изменения и дополнения к настоящему Договору должны быть составлены в письменной форме и подписаны уполномоченными представителями сторон.

4.4. Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, имеющих равную юридическую силу — по одному для каждой из сторон.

5. Адреса и реквизиты сторон

Жертвователь Ф. _____ И.О. _____ Адрес _____ _____ _____ _____ _____/_____/_____	Одаряемый МБОО «...» Адрес: ... Банковские реквизиты: ... Заведующий МБОО «...» _ М.И. Иванова _____ _____/_____/_____
---	---

ДОГОВОР О ПОЖЕРТВОВАНИИ (вариант 2)

Г....

«___» _____ 20__ г.

ООО «***», именуемое в дальнейшем «Жертвователь», в лице Генерального директора Сидорова Ивана Петровича, действующее на основании Устава, с одной стороны, и Благотворительный фонд «***», именуемый в дальнейшем «Фонд», в лице Генерального директора Ивановой Светланы Ивановны, действующий на основании Устава, с другой стороны, а вместе именуемые «стороны», заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. Предмет договора

1.1. В соответствии с настоящим документом Жертвователь обязуется безвозмездно передать Фонду денежные средства в размере 15 000 руб. (пятнадцать тысяч рублей) в качестве пожертвования.

1.2. Жертвователь передает Фонду денежные средства, указанные в п. 1.1. настоящего договора, для использования Фондом в целях выполнения благотворительной программы «Всемирно хорошо».

1.3. Жертвователь перечисляет указанные в п. 1.1. денежные средства единовременно и в полном объеме на банковский расчетный счет Фонда в течение пяти дней с момента подписания данного документа.

1.4. Денежные средства считаются переданными Фонду с момента их зачисления на расчетный счет Фонда.

1.5. Если использование Фондом денежных средств в соответствии с назначением, указанным в п. 1.2. настоящего договора, станет невозможным вследствие изменившихся обстоятельств, то они могут быть употреблены по другому назначению лишь с письменного согласия Жертвователя.

2. Права и обязанности сторон

2.1. Жертвователь обязуется в течение пяти дней с момента подписания настоящего договора перечислить Фонду денежные средства, указанные в п.1.1. данного документа.

2.2. Фонд вправе в любое время до передачи ему пожертвования от него отказаться. Отказ должен быть совершен в письменной форме.

В этом случае настоящий договор считается расторгнутым с момента получения отказа.

2.3. Жертвователю вправе требовать отмены пожертвования при использовании Фондом денежных средств не в соответствии с целями, указанными в п. 1.2. настоящего договора.

3. Конфиденциальность

3.1. Условия данного документа и дополнительных соглашений к нему конфиденциальны и не подлежат разглашению.

4. Разрешение споров

4.1. Все споры и разногласия, которые могут возникнуть между сторонами по вопросам, не нашедшим своего разрешения в тексте данного договора, будут разрешаться путем переговоров на основе действующего законодательства.

4.2. При не урегулировании в процессе переговоров спорных вопросов разногласия разрешаются в судебном порядке в соответствии с федеральным законодательством.

5. Срок действия договора

5.1. Настоящий договор вступает в силу с момента его подписания уполномоченными представителями сторон и действует до полного выполнения сторонами всех принятых на себя обязательств в соответствии с условиями данного документа.

6. Изменение и расторжение договора

6.1. Изменение и расторжение договора возможны по соглашению сторон.

7. Заключительные положения

7.1. Во всем остальном, что не предусмотрено настоящим договором, стороны руководствуются действующим законодательством Российской Федерации.

7.2. Любые изменения и дополнения к настоящему договору действительны при условии, если они совершены в письменной форме и подписаны надлежащим образом уполномоченными представителями сторон.

7.3. Договор составлен на русском языке в двух экземплярах, из которых один находится у Жертвователя, второй — у Фонда.

8. Адреса и реквизиты сторон

9. Подписи сторон

ДОГОВОР ПОЖЕРТВОВАНИЯ (вариант 3)

Г....

«___» _____ 20__ г.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ К... КРАЯ «КОЛЛЕДЖ ...» (далее — колледж) в лице директора Петровой Ирины Игоревны, действующей на основании УСТАВА (далее — Одаряемый), с одной стороны, и _____ (далее — Даритель), с другой стороны, вместе именуемые Стороны, заключили настоящий Договор о нижеследующем.

1. Предмет Договора

1.1. Даритель безвозмездно передает Одаряемому в собственность для использования в общепользовательных целях, указанных в Уставе колледжа, денежные средства в безналичном порядке на лицевой счет Одаряемого в банке в размере _____ (_____) рублей (далее — Пожертвование) в течение 10 рабочих дней со дня подписания настоящего Договора в соответствии со статьей 582 Гражданского кодекса Российской Федерации.

1.2. Указанные в п. 1.1 цели использования Пожертвования соответствуют целям благотворительной деятельности, определенным в статье 2 Федерального закона от 11.08.1995 № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях».

2. Права, обязанности и ответственность

2.1. Одаряемый обязан использовать Пожертвование исключительно в целях, указанных в п. 1.1 настоящего Договора.

2.2. Использование Пожертвования не в соответствии с оговоренными в п. 1.1 настоящего Договора целями ведет к отмене настоящего Договора пожертвования.

2.3. В случае отмены Договора пожертвования Одаряемый обязан возвратить Благотворителю Пожертвование.

3. Заключительные положения

3.1. Настоящий Договор вступает в силу с момента его подписания Сторонами.

3.2. Все споры, вытекающие из настоящего Договора, будут по возможности разрешаться сторонами путем переговоров. При не достижении согласия спор подлежит передаче на рассмотрение в суд.

3.3. Все изменения и дополнения к настоящему Договору должны быть составлены в письменной форме и подписаны уполномоченными представителями Сторон.

3.4. Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, имеющих равную юридическую силу, по одному для каждой из Сторон.

4. Адреса и реквизиты Сторон

Одариваемый:

Даритель:

ДОГОВОР ДАРЕНИЯ

Город _____ «__» _____ 20__ г.
«ОО», именуемое в дальнейшем «Одаряемый», в лице заведующего Ивановой Марии Ивановны, действующей на основании Устава, с одной стороны, и _____, именуемый в дальнейшем «Даритель» с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем.

1. Предмет договора

В соответствии с настоящим договором Даритель передает Одаряемому в безвозмездное владение и пользование следующее имущество:

_____,
которое будет использовано на нужды «ОО». _____

1. 3. Передача имущества оформляется путем подписания акта приема-передачи. Имущество считается переданным с момента подписания указанного акта и фактической передачи.

1. 4. Указанное имущество не является предметом залога и не может быть отчуждено по иным основаниям третьими лицами, в споре и под арестом не состоит.

2. Обязанности и права сторон.

2.1. Даритель обязуется:

1. Своевременно передать Одаряемому имущество в состоянии, позволяющем его беспрепятственное использование по прямому назначению.

2. Принять по Акту имущество при прекращении срока действия настоящего договора;

2. 2. Одаряемый обязуется:

1) Использовать имущество в соответствии с условиями Договора и назначением имущества.

2) Содержать принятое в пользование имущество в сохранности, в исправном состоянии.

3. Сроки исполнения обязательств

3.1. Указанное в Договоре имущество должно быть передано Одаряемому по акту приема-передачи не позднее ___3___ дней с момента подписания настоящего договора.

3.2. Имущество передается в бессрочное пользование.

4. Действие непреодолимой силы

4.1. Ни одна из сторон не несет ответственности перед другой стороной за выполнение обязательств по настоящему Договору, обусловленное обстоятельствами, возникшими помимо воли и желания сторон и которые нельзя предвидеть или избежать.

4.2. Сторона, которая не исполняет своего обязательства, должна дать извещение другой стороне о препятствии и его влиянии на исполнение обязательств по Договору.

5. Порядок разрешения споров

5.1. Все споры или иные разногласия, возникающие между сторонами по настоящему Договору или в связи с ним, разрешаются путем переговоров между сторонами.

6. Порядок изменения и дополнения Договора

6.1. Любые изменения и дополнения к настоящему Договору имеют силу только в том случае, если они оформлены в письменном виде и подписаны обеими сторонами.

6.2. Досрочное расторжение Договора может иметь место по соглашению сторон.

7. Прочие условия

7.1. Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, по одному экземпляру для каждой из сторон.

8. Подписи и реквизиты сторон

Одаряемый Даритель

Муниципальное бюджетное _____

«ОО» _____

Адрес : _____

Банковские реквизиты:

Заведующий ОО

_____ М.И. Иванова

АКТ ПРИЕМКИ-СДАЧИ

г. _____ «___» _____ 20__ г.

Мы, нижеподписавшиеся, заведующий ОО «...», с одной стороны, и

с другой стороны, настоящим актом удостоверяем, что в ОО «...», действительно передано нижепоименованное имущество:

1. _____ — _____ шт

в технически исправном и действующем состоянии.

2. _____ — _____ шт.

стоимостью _____ (_____) руб.;

в технически исправном и действующем состоянии.

Передал

Принял

_____ /М.И. Иванова./
(подпись) (расшифровка подписи) (подпись) (расшифровка подписи)

«___» _____ 20__ г. «___» _____ 20__ г.

ЗАЯВЛЕНИЕ ГРАЖДАНИНА О ПОЖЕРТВОВАНИИ

Заведующему ОО «...»
Ивановой Марии Ивановне

от _____

паспортные данные: _____

адрес проживания: _____

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу принять в дар:

Пожертвование должно быть использовано на нужды ОО:

(дата) (подпись) (Ф.И.О.)

Приняла

Дата:

Подпись:

_____/_____

Директору Учреждения

от _____

(Ф.И.О. жертвователя)

ЗАЯВЛЕНИЕ

Я, _____
(Ф.И.О. жертвователя, паспортные данные)

_____,
по собственному желанию передаю Учреждению в качестве пожертво-
вания _____

(денежные средства (сумма), имущество, права и т.п.;
если вещь не одна — перечисление)

_____ (указываются индивидуализирующие признаки вещей)

« ____ » _____ 20__ г. _____

_____ (подпись)

Протокол учредительного собрания попечительского совета

(наименование государственного образовательного учреждения)

г. Москва

«__» _____ 20__ г.

Присутствовали: _____

Родители в кол-ве «__» чел. Протокол на «__» страницах «__» листах.

Повестка дня:

1. Создание попечительского совета.
2. Утверждение Положения о попечительском совете

_____.

(наименование образовательного учреждения)

3. Избрание членов ПС.
4. Избрание председателя.

Слушали:

1. О создании попечительского совета.

Постановили:

- 1.1. Создать попечительский совет

(наименование образовательного учреждения)

как форму самоуправления образовательного учреждения.

Голосовали: «За» — единогласно.

Слушали:

2. Об утверждении Положения о попечительском совете

(наименование образовательного учреждения)

Постановили:

- 2.1. Утвердить Положение о попечительском совете

(наименование образовательного учреждения)

Голосовали: «За» — единогласно.

Слушали:

3. Об избрании членов ПС.

Постановили:

3.1. Избрать попечительский совет в составе __ чел.

Персональный состав:

№	ФИО	Паспорт		Индекс и адрес	Дата рождения
		Серия, но- мер	Кем и когда выдан		
1					

Голосовали: «За» — единогласно.

Слушали:

4. Об избрании председателя.

Постановили:

4.1. Избрать председателем попечительского совета

(ФИО)

Голосовали: «За» — единогласно.

Подписи присутствующих.

ПОЛОЖЕНИЕ О ПОПЕЧИТЕЛЬСКОМ СОВЕТЕ (пример)

1. Общие положения.

1.1. Попечительский совет (ПС) в соответствии с п. 2 статьи 35 закона РФ «Об образовании» является формой самоуправления образовательного учреждения.

1.2. Порядок выборов в него определяется уставом ОО (пункт, в котором говорится о том, кто выбирает этот орган, — общее собрание ОО или Совет ОО).

1.3. Попечительский совет не является юридическим лицом.

1.4. В его состав могут входить родители учащихся, представители исполнительной власти, общественных благотворительных организаций, фондов, сотрудники ОО и иные лица, заинтересованные в совершенствовании деятельности и развитии образовательного учреждения.

1.5. Осуществление членами ПС своих функций производится на безвозмездной основе.

1.6. Решения данного органа по вопросам вне его исключительной компетенции носят рекомендательный характер.

2. Цели и задачи попечительского совета.

2.1. Основная цель — содействие в совершенствовании деятельности и развития образовательного учреждения.

2.2. Основные задачи. Содействие:

привлечению внебюджетных средств для обеспечения деятельности и развития ОО;

организации и улучшению условий труда педагогических и других работников ОО;

организации конкурсов, соревнований и прочих массовых внешних мероприятий ОО;

совершенствованию материально-технической базы ОО, благоустройству его помещений и территории.

3. Средства попечительского совета.

3.1. Формируются за счет:

взносов целевого назначения на осуществление проектов и программ ПС;

поступлений от мероприятий, проводимых самим органом или другими организациями, предприятиями и учреждениями в пользу ПС; иных поступлений;

средств, переданных в дар ПС, пожертвований в различной форме.

3.2. Средства попечительского совета расходуются в соответствии с его целями и задачами.

3.3. Об использовании финансовых средств правление органа информирует общее собрание ОО.

3.4. Сведения о размере и структуре средств, привлеченных ПС на нужды образовательного учреждения, а также об их расходовании, не могут являться коммерческой тайной.

4. Члены попечительского совета.

4.1. Членами ПС имеют право быть родители учащихся, представители предприятий, учреждений, организаций, органов исполнительной власти, а также другие участники образовательного процесса.

4.2. Прием в члены попечительского совета осуществляется на его общем собрании.

4.3. Права и обязанности членов ПС. Члены ПС:

могут представлять интересы образовательного учреждения в органах государственной власти, органах местного самоуправления, средствах массовой информации, других организациях (в том числе международных);

не вправе вмешиваться в текущую оперативно-распорядительную деятельность администрации ОО;

вправе выйти из числа членов ПС по собственному желанию.

5. Управление попечительским советом.

5.1. Общее собрание ПС — высший орган управления, правомочный принимать решения по всем вопросам его деятельности. Проводится 1 раз в год.

5.2. Правление — орган, руководящий деятельностью ПС в период между общими собраниями. Избирается сроком на 3 года.

5.3. Председатель избирается на общем собрании сроком на 3 года.

5.4. Председатель и правление ПС:

определяют приоритетность проектов и программ попечительского совета;

утверждают годовые отчеты, сметы расходов, ежегодные отчеты председателя;

заседания проводят по мере необходимости;

свои функции осуществляют на безвозмездной основе.

6. Ликвидация и реорганизация попечительского совета.

6.1. Может производиться по решению общего собрания ПС либо общего собрания ОО.

План работы Попечительского совета на 20__/20__ учебный год (пример)

Цель: содействовать учреждению образования в реализации целей, задач в перспективном развитии. Оказывать всестороннюю помощь, в том числе и финансово-материальную, с целью защиты прав и интересов ОО, ее обучающихся

Задачи:

— содействовать колледжу в развитии материально-технической базы, обеспечении качества образования;

— разрабатывать и реализовывать план деятельности в интересах учреждения образования;

— содействовать в улучшении условий труда педагогических и иных работников колледжа;

— определять направление формы, размеры и порядок использования средств попечительского совета.

I заседание (сентябрь)		ФИО (ответст.)
1.	О внесении изменений в состав Попечительского совета	
2.	Отчет о целевом использовании всех видов и форм благотворительной помощи в 20__/20__ учебном году	
3.	О привлечении финансовых средств и формировании фонда Попечительского совета в 20__/20__ учебном году	
4.	Утверждение плана работы Попечительского совета на 20__/20__ учебный год	
5.	О подготовке колледжа к отопительному периоду	

6.	Разное	
II заседание (январь-февраль)		
1.	О проведении ремонтных работ хозспособом	
2.	О поддержке и стимулировании одаренных учащихся	
3.	Организация работы по охране труда. Создание безопасных условий образовательного процесса.	
4.	Отчет Попечительского совета за 1 полугодие 20__/20__ учебного года об использовании денежных средств.	
5.	Разное.	Директор колледжа
III заседание (апрель-май)		
1.	Об укреплении материально-технической базы колледжа к новому учебному году.	Директор колледжа
2.	О содействии в оказании помощи малообеспеченным семьям	
3.	Об участии в организации праздников «Последний звонок» и «Выпускной вечер».	
4.	Об укреплении спортивной базы колледжа	
5.	Разное.	Директор колледжа

Рассмотрен на заседании Попечительского совета 15.10.2015

СОГЛАСОВАНО:

Директор учреждения образования 15.10.2015

ПОЛОЖЕНИЕ ОБ АССОЦИАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ ВОЛГОГРАДСКОГО СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКОГО КОЛЛЕДЖА

Волгоград «Колледж».

1. Общие положения

1.1. Ассоциация выпускников Волгоградского социально-педагогического колледжа является добровольной, некоммерческой, общественной, самоуправляемой, творческой организацией, созданной по инициативе выпускников и преподавателей колледжа.

1.2. Основной целью деятельности Ассоциации является содействие повышению социального статуса ГАОУ СПО «Волгоградский социально-педагогический колледж» путем организации и развития взаимодействия между выпускниками, поддержания ими культурных, творческих и деловых связей с колледжем.

1.3. Ассоциация в своей деятельности руководствуется Конституцией РФ, Законом об образовании, Уставом колледжа, приказами директора, а также настоящим Положением.

1.4. Местонахождение Ассоциации: 400094, г. Волгоград, ул. Кутузовская, д.5.

2. Задачи Ассоциации

- создание благоприятных условий для сотрудничества выпускников ГАОУ СПО «ВСПК» в целях обмена опытом, реализации творческого и научного потенциала членов Ассоциации;
- помощь в поддержании положительного имиджа колледжа, его привлекательности для абитуриентов;
- содействие установлению преемственности поколений студенчества и преподавательского состава;
- содействие профессиональной подготовке студентов, их профессиональному и жизненному самоопределению, становлению их субъектной позиции;
- помощь в работе по профориентации молодежи, в том числе — в своевременном выявлении детей и подростков, обладающих способ-

ностями и склонностями, необходимыми для профессиональной деятельности в социоэкономической сфере;

- содействие в организации набора в колледж, привлечении заинтересованных абитуриентов, распространении рекламной информации о колледже;

- содействие в налаживании социального партнерства, согласовании и реализации взаимных интересов деловых кругов, местных органов власти,

- образовательных учреждений, общественных организаций с ГАОУ СПО «ВСПК»;

- оказание помощи в укреплении материально-технической базы колледжа;

- работа по организации встреч выпускников колледжа, укреплению связей выпускников с колледжем и между собой.

3. Направления деятельности Ассоциации

- работа с выпускниками;

- работа со студентами;

- работа с администрацией и преподавателями колледжа.

4. Формы работы и виды деятельности Ассоциации

- тематические «круглые столы»,

- мастер-классы;

- выставки;

- конференции;

- стажировки;

- тематические классные часы;

- презентация профессии;

- экскурсии с целью знакомства с профессиями (по месту работы выпускников);

- оказание помощи в:

- а) деятельности клубов по интересам,

- б) развитие творческих коллективов;

- в) решение вопросов, связанных с прохождением производственной практики и трудоустройством студентов;

- г) проведение Дня открытых дверей и встреч с выпускниками;

- совместное исследование рынка труда, спроса на образовательные услуги колледжа, отношения к определенным профессиям / специальностям;
- составление и регулярное обновление базы данных выпускников;
- доведение до выпускников новостей и актуальной информации о колледже через средства массовой информации, интернет и др.

5. Членство в Ассоциации

5.1. Членами Ассоциации могут быть выпускники ГАОУ СПО «ВСПК», признающие данное Положение и принимающие участие в реализации его целей и задач.

5.2. Членство в Ассоциации является добровольным и устанавливается со дня принятия решения Советом Ассоциации.

6. Права и обязанности членов Ассоциации

6.1. Члены Ассоциации имеют право:

- избирать и быть избранными в Совет Ассоциации;
- принимать участие в Собраниях Ассоциации, свободно обсуждать все рассматриваемые на них вопросы, излагать свои взгляды, вносить предложения;

- получать информационные и методические материалы Ассоциации, информацию о решениях Совета и планируемых мероприятиях;

- принимать участие в традиционных мероприятиях колледжа.

6.2. Члены Ассоциации обязаны:

- соблюдать настоящее Положение об Ассоциации;
- в своей профессиональной деятельности и в неформальном общении содействовать поддержанию и укреплению социального статуса колледжа;

- активно участвовать в решении задач, стоящих перед Ассоциацией;

- принимать участие в мероприятиях, проводимых по решению Совета Ассоциации;

- своевременно извещать руководство Ассоциации об изменении своего домашнего адреса, телефона, места работы, должности;

- оказывать посильную помощь в работе Ассоциации;

- содействовать в привлечении выпускников колледжа к участию в мероприятиях, проводимых в рамках профориентации и профконсультирования.

7. Руководящие органы Ассоциации

7.1. Руководство деятельностью Ассоциации осуществляют:

- Совет Ассоциации, избираемый путем голосования членов Ассоциации на Собрании Ассоциации, созываемом не реже одного раза в 3 года. Решение принимается простым большинством голосов от присутствующих членов Ассоциации.

- Председатель Совета Ассоциации, избираемый из членов Совета Ассоциации путем прямого голосования большинством голосов сроком на 6 лет.

7.2. В состав руководящих органов Ассоциации могут быть избраны только его члены.

7.3. Совет Ассоциации:

- утверждает Положение Ассоциации, вносит в него изменения;
- рассматривает и утверждает долгосрочные программы деятельности Ассоциации;

- принимает решения о прекращении деятельности Ассоциации или его реорганизации;

- осуществляет руководство деятельностью Ассоциации;

- избирает и переизбирает из своего состава Председателя Совета сроком на 6 лет;

- решает вопросы принятия и исключения из членов Ассоциации;

- утверждает символику Ассоциации.

7.4. Председатель Совета Ассоциации:

- осуществляет руководство Советом Ассоциации, координирует деятельность Ассоциации;

- представляет Ассоциацию в отношениях с государственными, общественными организациями и иными объединениями граждан и координирует взаимодействие Ассоциации с ними;

- выполняет другие функции, определенные целями и задачами Ассоциации.

8. Порядок ликвидации и реорганизации Ассоциации

8.1. Деятельность Ассоциации может быть прекращена путем ликвидации или реорганизации по решению Совета Ассоциации в соответствии с настоящим Положением или на основании действующего законодательства.

ПОЛОЖЕНИЕ ОБ АССОЦИАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ ГБОУ СПО «ЯКУТСКИЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИМ. С.Ф. ГОГОЛЕВА»

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Ассоциация выпускников ГБОУ СПО «Якутский педагогический колледж им. С.Ф. Гоголева» (далее — колледж), именуемая в дальнейшем Ассоциация, — добровольное, самоуправляемое, основанное на членстве общественное объединение, созданное в целях осуществления деятельности, определяемой общностью интересов и направленной на взаимную поддержку выпускников колледжа, а также на осуществление перспективных образовательных, научно — методических и профориентационных проектов.

1.2. Ассоциация считается созданной и приобретает свои права и обязанности после рассмотрения Советом колледжа и утверждения директором учреждения.

1.3. Ассоциация в своей деятельности руководствуется законодательством РФ, Уставом колледжа, настоящим Положением и другими локальными актами учреждения.

1.4. Место нахождения Ассоциации: РФ, 677000, г. Якутск, проспект Ленина 5.

1.5. Ассоциация не является юридическим лицом.

II. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ АССОЦИАЦИИ

2.1. Целями создания Ассоциации являются:

— повышение имиджа учреждения, укрепление корпоративного духа среди студентов, преподавателей и выпускников колледжа;

— сплочение и социальное продвижение выпускников, их самореализация;

— повышение эффективности использования интеллектуального потенциала выпускников и возможностей колледжа по подготовке и повышению квалификации кадров, востребованных на рынке труда;

— развитие социального партнерства, привлечение внебюджетных средств на развитие образовательных проектов, досуговых, оздоровительных и других программ;

2.2. Для достижения поставленных целей Ассоциация решает следующие задачи:

— создание банка данных о выпускниках колледжа в целях обеспечения постоянной связи с выпускниками;

— содействие обеспечению высокого качества образования, развитию эффективных форм повышения профессиональной квалификации и интеллектуального взаимодействия между студентами, преподавателями и выпускниками колледжа;

— содействие развитию эффективных форм организации образовательного процесса и научно-методических исследований;

— содействие совершенствованию и развитию культурно-воспитательной работы со студентами;

— организация профориентационной работы с абитуриентами по пропаганде специальностей колледжа, содействие в трудоустройстве выпускников колледжа, организации социального партнерства, согласовании и реализации взаимных интересов работодателей, государственных и местных органов власти, образовательных учреждений, общественных организаций с колледжем;

— оказание помощи колледжу в укреплении материально-технической базы;

— организация регулярных встреч выпускников колледжа;

— установление, расширение и развитие постоянных личных и деловых контактов с выпускниками колледжа, организация взаимопомощи и сотрудничества между ними;

— организация на постоянной основе обмена опытом, информацией, новыми технологиями между выпускниками и студентами;

— распространение информации о достижениях в профессиональной деятельности индивидуальных и коллективных членов Ассоциации среди студентов колледжа;

— использование опыта и возможностей выпускников для реализации образовательных, научно-методических, экономико-производственных проектов, относящихся к области стратегического развития колледжа.

2.3. Для достижения поставленных целей и задач Ассоциация осуществляет следующие виды деятельности:

— обмен между членами Ассоциации информацией, печатными изданиями и т.п.;

— заключение совместных взаимовыгодных договоров с организациями, учреждениями, находящимися под руководством выпускников колледжа;

— организация участия выпускников в мероприятиях, проводимых колледжем;

— участие выпускников в мероприятиях, посвященных юбилейным датам.

III. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА АССОЦИАЦИИ

3.1. Высшим органом управления Ассоциации является Общее собрание ее членов, созываемое не реже одного раза в год.

3.2. К компетенции Общего собрания членов Ассоциации относятся решение следующих вопросов:

— внесение изменений и дополнений в настоящее Положение;

— определение приоритетных направлений деятельности Ассоциации;

— образование исполнительных органов и досрочное прекращение их полномочий;

— реорганизация и ликвидация Ассоциации;

— рассмотрение и утверждение отчетов о деятельности Совета Ассоциации.

3.3. Общее собрание членов Ассоциации правомочно, если на указанном собрании присутствует более половины членов Ассоциации.

3.4. Решение Общего собрания считается принятым, если за него проголосовало не менее 2/3 членов, присутствующих на собрании.

3.5. Решения Общего собрания членов Ассоциации оформляются протоколами, которые подписываются председательствующим и секретарем собрания.

3.6. Председательствует на заседании Общего собрания членов Ассоциации Президент Ассоциации.

3.7. Общее руководство деятельностью Ассоциации осуществляет Совет Ассоциации.

3.8. В состав Совета входят Президент Ассоциации и члены отделений Ассоциации по специальностям колледжа.

3.9. Количественный состав отделений Ассоциации по специальностям определяется Общим собранием членов Ассоциации.

3.10. Совет Ассоциации действует в период между Общими собраниями членов Ассоциации, но в любом случае проводит заседания не реже одного раза в полугодие.

3.11. Совет Ассоциации избирается Общим собранием сроком на 2 года.

3.12. К компетенции Совета Ассоциации относится решение следующих вопросов:

- утверждение годового отчета о деятельности Совета;
- утверждение Плана Ассоциации и внесение в него изменений;
- представление отчета о деятельности Ассоциации на Общем собрании членов Ассоциации;
- осуществление административной деятельности для решения задач Ассоциации, предусмотренных настоящим Положением;

3.13. Заседание Совета Ассоциации правомочно, если на указанном заседании присутствует не менее 2/3 его членов.

3.14. Решение Совета Ассоциации принимается большинством голосов членов, присутствующих на заседании Совета Ассоциации.

3.15. Оперативное руководство деятельностью Ассоциации осуществляет Президент Ассоциации, который избирается сроком на 2 года Общим собранием членов Ассоциации.

3.16. Президент Ассоциации:

- организует работу Совета Ассоциации;
- созывает заседания Совета Ассоциации;
- председательствует на Общем собрании членов Ассоциации;
- контролирует на заседаниях Совета Ассоциации ведение протокола;
- осуществляет общее руководство деятельностью Ассоциации;

— представляет интересы Ассоциации в органах государственной власти, местного самоуправления, в отношениях с иными организациями и учреждениями, физическими и юридическими лицами.

IV. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ АССОЦИАЦИИ

4.1. Ассоциация имеет право по согласию с директором колледжа:

— создавать временные научные, творческие, учебные, информационные, консультативные коллективы из членов Ассоциации для реализации программ Ассоциации;

— содействовать обучению, стажировке, обмену опытом, участию в конференциях, совещаниях и других мероприятиях членов Ассоциации;

— участвовать в разработке и общественной экспертизе решений Совета колледжа по перспективным направлениям развития учреждения;

— организовывать и проводить выставки, ярмарки, конкурсы, конференции, семинары и т.д.;

— совершать иные действия, не противоречащие действующему законодательству и направленные на развитие колледжа.

4.2. Ассоциация обязана:

— обеспечить членов Ассоциации по их просьбе любой информацией, касающейся деятельности Ассоциации;

— информировать своих членов о планах и перспективах развития Ассоциации;

— принимать участие в мероприятиях, проводимых по решению Общего собрания и Совета Ассоциации;

— вести работу по пропаганде практических результатов деятельности Ассоциации.

4.3. Ассоциация несет ответственность за свои действия в пределах, предусмотренных действующим законодательством РФ и настоящим Положением.

V. ЧЛЕНСТВО АССОЦИАЦИИ, ИХ ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ

5.1. Членами Ассоциации могут быть выпускники колледжа любого выпуска, а также сотрудники колледжа.

5.2. Членство в Ассоциации строится на добровольной основе. Прием новых членов производится Советом Ассоциации, на основе

личного заявления установленного образца, электронной анкеты на официальном сайте учреждения.

5.4. Члены Ассоциации имеют право:

— участвовать в управлении Ассоциацией, разработке перспективных и текущих планов работы, избирать и быть избранными в Совет Ассоциации;

— получать информацию и различные материалы Ассоциации, информацию о решениях Совета Ассоциации и планируемых мероприятиях в интересующей области деятельности;

— использовать в своей работе подготовленные Ассоциацией научно-методические, информационные и иные материалы;

— оказывать добровольную материальную помощь колледжу;

— получать от Ассоциации консультативную и научно-методическую помощь;

— добровольно выйти из Ассоциации на основании заявления, поданного в Совет Ассоциации.

5.5. Члены Ассоциации обязаны:

— активно способствовать решению задач, поставленных перед Ассоциацией;

— принимать участие в мероприятиях, проводимых по решению Совета Ассоциации;

— соблюдать настоящее Положение, иные локальные акты, принятые руководящими органами Ассоциации;

— в установленные сроки выполнять решения, принятые Советом или Общим собранием Ассоциации;

— своевременно извещать Совет об изменениях своего домашнего и рабочего адреса, номеров телефонов, места работы и должности;

— соблюдать честь и достоинство выпускника колледжа;

— по возможности оказывать материальную, консультативную и иную помощь для осуществления работы Ассоциации.

5.6. Все члены Ассоциации пользуются равными правами и обязанностями.

VI. ПОРЯДОК ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ В ПОЛОЖЕНИЕ

6.1. Решение о внесении изменений или дополнений в Положение об Ассоциации принимается на Общем собрании членов Ассоциации при условии их одобрения 2/3 голосов членов Ассоциации, присутствующих на собрании.

6.2. Изменения или дополнения в Положение об Ассоциации выпускников колледжа вступают в силу с момента их принятия Общим собранием членов Ассоциации.

VII. ПРЕКРАЩЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АССОЦИАЦИИ

7.1. Решение о прекращении деятельности Ассоциации принимается Общим собранием членов Ассоциации, если за него проголосовало не менее 2/3 членов, присутствующих на собрании, или Советом колледжа.

7.2. После принятия решения о ликвидации Ассоциации Общее собрание членов избирает ликвидационную комиссию в количестве не менее трех человек, которая составляет ликвидационный акт.

VIII. ДЕЛОПРОИЗВОДСТВО

8.1. Ассоциация ведет:

- протоколы заседаний;
- годовые планы деятельности;
- годовой отчет о результатах деятельности;
- учет участников Ассоциации.

8.2. Ответственным за делопроизводство является секретарь Совета Ассоциации.

ПОЛОЖЕНИЕ О КЛУБЕ ВОЛОНТЕРОВ Ульяновский медицинский колледж

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Настоящее положение:

-устанавливает основы регулирования волонтерской деятельности студентов Областного государственного бюджетного образовательного учреждения среднего профессионального образования ульяновского медицинского колледжа (далее колледж);

-определяет направления деятельности волонтеров;

-определяет возможные формы поддержки добровольного движения управляющим советом колледжа

Волонтерство — институт формирования и развития социальной активности, повышения уровня осознанности жизни и личностной ответственности, воспитания честности, справедливости, дружбы, верности, милосердия, ответственности, созидательности, терпимости, трудолюбия, умеренности, добра. Клуб волонтеров представляет собой добровольную консолидированную социально полезную деятельность.

Волонтер — это человек, который своим участием на добровольной, безвозмездной основе оказывает посильную помощь окружающим.

Клуб волонтеров — самостоятельная организация, не являющаяся юридическим лицом. Создается на базе колледжа из числа студентов и преподавателей.

Клуб волонтеров осуществляет свою деятельность согласно плану работы.

Состав участников и руководитель определяются на основе свободного выбора, и утверждается приказом директора колледжа.

В своей деятельности клуб волонтеров руководствуется действующим законодательством РФ, Уставом колледжа, а также настоящим положением.

Деятельность волонтеров направлена на:

- Пропаганду здорового образа жизни
- Защиту окружающей среды

- Формирование социальных навыков и общих компетенций
- Пропаганду бережного отношения к историко-культурному

наследию региона, страны

2. Цели и задачи

Главная цель создания клуба волонтеров — создание условий для всестороннего развития студентов в различных сферах жизни. Данная цель реализуется через включение членов организации в реальную социально-значимую многопрофильную деятельность.

Цель деятельности: формирование здорового жизненного стиля, высокоэффективных поведенческих стратегий и личностных ресурсов молодежи.

Задачи:

1. Повышение уровня информированности молодежи по профилактике ВИЧ/СПИД, ИППП и других социально-обусловленных заболеваний.

2. Пропаганда в подростковой среде здорового образа жизни и формирование жизненных навыков, обязательных для противостояния вредным привычкам;

3. Изменение ценностной ориентации подростков и формирование личностной ответственности за свое поведение;

4. Развитие системы организованного досуга и отдыха молодежи;

5. Взаимодействие с семьями;

6. Обучение навыкам социально поддерживающего и развивающего поведения в семье;

7. Формирование у молодежи нравственных качеств, представлений об общечеловеческих ценностях здорового образа жизни.

3. Участники клуба

Участниками волонтерского движения могут быть подростки и взрослые добровольно принимающие идеи волонтерского движения и давшие согласие реализовать их в своей жизнедеятельности.

4. Структура клуба

4.1. Председатель клуба — избирается советом клуба, открытым голосованием.

Осуществляет следующие полномочия.

-представляет интересы клуба во взаимоотношениях с органами государственной власти и местного самоуправления;

-обеспечивает выполнения решений во всех собраниях;

-осуществляет общее руководство и текущее планирование деятельности клуба, открывает общее собрание и ведет заседания клуба;

-распределяет обязанности между членами клуба;

-делегировать часть своих полномочий координаторам клуба;

-во время отсутствия председателя его обязанности исполняет один из координаторов по поручению Председателя клуба.

4.2. Координаторы клуба — назначаются сроком на один год из числа добровольцев:

-студентов старших курсов

-преподавателей колледжа

Количественный состав определяется на общем собрании. Координаторы, отвечают за сферу деятельности, порученную председателем клуба.

4.4. Виды работ:

*поведенческие тренинги

*тренинг личностного роста

*дискуссии

*ролевые игры

*тестирование

*викторины

*конкурсы

*индивидуальные консультации

*круглые столы

*мозговой шторм

Главная идея профилактической деятельности «Не навреди».

5. Партнерские взаимоотношения

5.1. Министерства образования и науки Ульяновской области

5.2. Администрация Заволжского района г. Ульяновска

5.3. Центр иппотерапии «Лучик»

5.4. Средние образовательные учреждения. Ульяновска и области

5.5. ГУЗ Центр СПИД г. Ульяновска

5.6. МУЗ ГКБ №1 г. Ульяновска

5.7. МУЗ ЦГКБ г. Ульяновска

10. Формы поощрения участников движения

10.1. Объявление Благодарности;

10.2. Вручение Почетной грамоты, диплома;

10.3. Запись в личное дело студента;

10.4. Вручение поощрительных призов (посещение культурно-развлекательных мероприятий, туристические поездки, материальные выплаты).

**Устав некоммерческой специализированной организации
Фонд целевого капитала ЮФУ**

Статья 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Фонд целевого капитала ЮФУ (далее именуемый — «Фонд») является не имеющей членства негосударственной некоммерческой специализированной организацией управления целевым капиталом, учрежденной Южным федеральным университетом исключительно для формирования целевого капитала, использования, распределения дохода от целевого капитала в пользу и интересах Южного федерального университета на основе добровольных имущественных взносов

1.2. В своей деятельности Фонд руководствуется Конституцией Российской Федерации, Гражданским Кодексом Российской Федерации, Федеральным законом «О некоммерческих организациях», Федеральным Законом «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций», иными положениями действующего законодательства Российской Федерации и настоящим Уставом.

1.3. Фонд не преследует извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности. Полученная прибыль не подлежит распределению между участниками Фонда, а направляется на реализацию целей Фонда, указанных в настоящем Уставе.

1.4. Фонд использует имущество для целей, определенных настоящим Уставом Фонда. Фонд обязан ежегодно публиковать отчеты об использовании своего имущества.

1.5. Фонд осуществляет свою деятельность, руководствуясь принципами: законности, саморегулирования, гласности, доверия, добросовестности.

1.6. Полное официальное наименование Фонда на русском языке: Некоммерческая специализированная организация Фонд целевого капитала ЮФУ.

1.7. Сокращенное официальное наименование Фонда на русском языке: Фонд целевого капитала ЮФУ.

1.8. Полное официальное наименование Фонда на английском языке: Noncommercial specialized organization Endowment Fund of SFedU.

1.9. Сокращенное официальное наименование Фонда на английском языке: Endowment Fund of SFedU.

1.10. Фонд имеет печать с полным наименованием Фонда на русском языке, а также вправе иметь штампы и бланки со своим наименованием на русском и английском языках и эмблему, зарегистрированную в установленном порядке.

1.11. Место нахождения органов управления Фонда: 344006, Российская Федерация, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая 105, комната 507

Статья 2. ЮРИДИЧЕСКИЙ СТАТУС ФОНДА

2.1. Фонд является юридическим лицом с момента государственной регистрации, обладает право субъектностью, необходимой для реализации уставных целей и задач, имеет в собственности обособленное имущество. Фонд имеет самостоятельный баланс, расчетный и иные счета в банках.

2.2. Для достижения уставных целей и задач Фонд вправе от своего имени совершать сделки, в том числе заключать договоры, приобретать и осуществлять имущественные и неимущественные права и нести обязанности, быть истцом и ответчиком в судах.

2.3. Имущество, переданное Фонду его учредителями, является собственностью Фонда. Учредители не отвечают по обязательствам созданного ими Фонда, а Фонд не отвечает по обязательствам своих учредителей.

2.4. Фонд устанавливает деловые связи с российскими и иностранными государственными органами, международными, общественными, коммерческими и иными организациями, а также с гражданами России и зарубежных стран, принимает участие в осуществлении совместных мероприятий, направленных на выполнение уставных задач Фонда, сотрудничает с международными и иными организациями.

Статья 3. СТРУКТУРА ФОНДА

3.1. Фонд при необходимости создает свои филиалы и представительства.

3.1.1. Филиалы (представительства) являются обособленными подразделениями Фонда, не имеющими статуса юридического лица. Их

деятельность регламентируется Уставом Фонда и Положениями, утвержденными Ученым советом ЮФУ.

3.1.2. Фонд наделяет филиалы (представительства) имуществом, учитываемым на балансе филиала (представительства) и на балансе Фонда.

3.1.3. Руководители филиалов (представительств) Фонда назначаются исполнительным директором Фонда и действуют на основании выданной им доверенности.

3.1.4. Филиалы (представительства) действуют от имени Фонда, который несет ответственность за их деятельность.

Статья 4. ЦЕЛИ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕЛЕВОГО КАПИТАЛА И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДОХОДА ОТ ЦЕЛЕВОГО КАПИТАЛА. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ФОНДА.

4.1. Фонд создается для формирования целевого капитала в целях содействия:

- модернизации образовательного процесса;
- модернизации научно-исследовательского процесса;
- укреплению материально технической базы
- развитию кадрового потенциала;
- совершенствованию системы управления Южного федерального университета.

4.2. Не допускаются формирование целевого капитала и использование, распределение дохода от целевого капитала на иные цели: финансирование предприятий, организаций, учреждений любой формы собственности, политических партий, общественных движений, а также проводимых ими мероприятий.

4.3. Фонд — собственник целевого капитала вправе использовать на административно-управленческие расходы, связанные с формированием целевого капитала и осуществлением деятельности, финансируемой за счет дохода от целевого капитала, не более 15 % суммы дохода от доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, или не более 10 % суммы дохода от целевого капитала, поступившего за отчетный год. Такими расходами, в частности, являются оплата аренды помещений, зданий и сооружений, расходы на приобретение основных средств и расходных материалов, расходы на проведе-

ние аудита, выплату заработной платы работникам Фонда, расходы на управление Фондом или его отдельными структурными подразделениями, расходы на приобретение услуг по управлению Фондом или его отдельными структурными подразделениями.

4.4. Информационная политика Фонда регулирует раскрытие Фондом информации о Фонде и его деятельности.

Под информационной политикой Фонда понимается совокупность принципов и процедур, которых придерживается Фонд при раскрытии информации.

Целью раскрытия информации является обеспечение информацией всех заинтересованных лиц в объеме, необходимом для принятия взвешенных решений или совершения каких-либо действий, могущих оказать влияние на финансово-хозяйственную деятельность Фонда.

В соответствии с вышеизложенным Фонд:

- ведет учет всех жертвователей,
- ведет учет всех направлений расходования средств — дохода целевого капитала,
- направляет жертвователям свидетельства об их пожертвованиях в Фонд,
- готовит обзоры финансового состояния результатов деятельности Фонда.

Статья 5. ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕЛЕВОГО КАПИТАЛА

5.1. Некоммерческая специализированная организация учреждена Федеральным Государственным образовательным учреждением высшего профессионального образования «Южный федеральный университет» в соответствии с приказом ЮФУ № 95-ОД от 03.12.2007 года.

5.2. Фонд не вправе передавать на формирование своего целевого капитала (пополнение своего сформированного целевого капитала) собственные денежные средства.

5.3. Договором пожертвования может быть предусмотрена передача денежных средств как для формирования целевого капитала, так и для пополнения уже сформированного Фондом целевого капитала в соответствии с условиями договора пожертвования.

5.4. Фонд вправе объявить о публичном сборе денежных средств на пополнение сформированного целевого капитала (далее — публичный сбор денежных средств).

5.5. Публичный сбор денежных средств на пополнение сформированного целевого капитала осуществляется на основании стандартной формы договора пожертвования, утвержденной Попечительским Советом Фонда.

5.6. Наряду с предметом договора в стандартной форме договора пожертвования должны быть указаны:

1) цели, для достижения которых будет использоваться доход от целевого капитала;

2) порядок распоряжения целевым капиталом при его расформировании в случаях, предусмотренных настоящим Уставом;

3) номер банковского счета Фонда, на который могут перечисляться пожертвования;

4) адрес сайта в сети Интернет, используемого Фондом для размещения информации, предусмотренной настоящим Уставом.

5.7. При публичном сборе денежных средств жертвователи принимают условия стандартной формы договора пожертвования только путем присоединения к такому договору в целом. Жертвователи — физические лица могут заключать такой договор путем перечисления денежных средств на указанный в стандартной форме договора пожертвования банковский счет.

5.8. В случае публичного сбора денежных средств на пополнение сформированного целевого капитала Фонд обязан обеспечить свободный доступ любым заинтересованным лицам к ознакомлению со следующими документами и информацией:

1) с Уставом Фонда и документом, подтверждающим факт внесения записи о Фонде в единый государственный реестр юридических лиц;

2) со сведениями об адресе (месте нахождения) постоянно действующего исполнительного органа Фонда;

3) со стандартной формой договора пожертвования;

4) с финансовым планом Фонда;

5) со сведениями о численном и персональном составе Попечительского Совета Фонда;

6) со сведениями об управляющей компании и аудиторской организации с указанием их наименований, адресов (места нахождения) их постоянно действующих исполнительных органов;

7) с информацией о величине административно-управленческих расходов Фонда, о доле указанных расходов, финансируемых за счет дохода от целевого капитала в соответствии с настоящим Федеральным законом;

8) с отчетом о формировании целевого капитала и об использовании, о распределении дохода от целевого капитала за три последних отчетных года или, если с момента формирования целевого капитала прошло менее трех лет, за каждый заверченный отчетный год с момента его формирования.

5.9. Документы и информация, которые предусмотрены ст. 4.4 настоящего Устава, размещаются Фондом — собственником целевого капитала на сайте в сети Интернет в следующие сроки:

1) при объявлении о публичном сборе денежных средств на пополнение сформированного целевого капитала — одновременно с объявлением о публичном сборе денежных средств;

2) при утверждении указанных документов или изменений, внесенных в них, либо изменении указанной информации после объявления о публичном сборе денежных средств на пополнение сформированного целевого капитала — не позднее трех дней после дня утверждения соответствующего документа или после дня изменения соответствующей информации.

Статья 6. ПРАВА ЖЕРТВОВАТЕЛЕЙ

6.1. Жертвователь, его наследники или иные правопреемники вправе получать информацию о формировании целевого капитала, доходе от доверительного управления целевым капиталом, а также об использовании дохода от целевого капитала, в который жертвователем были внесены денежные средства в порядке, установленном действующим законодательством.

6.2. Жертвователь, его наследники или иные правопреемники вправе требовать отмены пожертвования, если такое пожертвование, переданное на формирование целевого капитала, используется не в соответствии с назначением, указанным в договоре пожертвования, или

если изменение этого назначения было осуществлено с нарушением правил, предусмотренных пунктом 4 статьи 582 Гражданского кодекса Российской Федерации.

6.3. Жертвователь, его наследники или иные правопреемники вправе требовать отмены пожертвования, переданного на формирование целевого капитала, только после направления некоммерческой организации, с которой заключен договор пожертвования, в письменной форме предупреждения о необходимости использования пожертвования, переданного на формирование целевого капитала, в соответствии с назначением, указанным в договоре пожертвования, или необходимости устранения в разумный срок нарушений, предусмотренных пунктом 4 статьи 582 Гражданского кодекса Российской Федерации.

6.4. Размер требований жертвователя, его наследников или иных правопреемников к Фонду, с которым заключен договор пожертвования, в случае отмены пожертвования не может превышать сумму пожертвования.

Статья 7. ПОРЯДОК ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДОХОДА ОТ ЦЕЛЕВОГО КАПИТАЛА.

7.1. Доход от целевого капитала должен использоваться в соответствии с целями, предусмотренными настоящим Уставом Фонда — собственника целевого капитала, договором пожертвования или завещанием либо в случаях, предусмотренных действующим законодательством Российской Федерации, решением Попечительского Совета Фонда.

7.2. Использование дохода от целевого капитала осуществляется Фондом в соответствии с финансовым планом Фонда на:

- укрепление материально-технической базы лабораторий, кафедр, факультетов, научно-педагогических школ;
- развитие социальной инфраструктуры университета (спортивно-оздоровительной, культурно-массовой, студгородка);
- поддержку выдающихся ученых, преподавателей, студентов, аспирантов, докторантов;
- формирование системы адресных целевых дотаций;
- организацию эффективного взаимодействия университета с бизнес-сообществом;

- модернизацию институциональной среды университета;
- финансирование инвестиционных проектов, научно-исследовательской и научно-практической деятельности студентов и преподавателей Южного федерального университета;
- повышение качества предоставляемых образовательных услуг в соответствии с требованиями потребителей — предприятий работодателей;
- финансирование принятых в международной практике форм и средств международных научных обменов, в том числе осуществление за счет собственных средств в установленном порядке командировок за рубеж отечественных и прием иностранных ученых, специалистов, студентов и учащихся;
- финансирование сферы бытового и социального обслуживания, отдыха и лечения студентов, преподавателей и сотрудников Южного федерального университета;
- участие в ярмарках и выставках, организацию специализированных выставок, симпозиумов и семинаров;
- издание и распространение учебников, учебно-методической литературы, сборников научных трудов, обзоров и оперативно— информационных изданий и т.д., связанных с целями и предметом деятельности Фонда.

7.3. Финансовый план Фонда утверждается Ученым Советом ЮФУ. В случае, если целевой капитал Фонда сформирован за счет пожертвования одного жертвователя, финансовый план Фонда также должен быть согласован с данным жертвователем, если договором пожертвования не установлено иное.

7.4. Фонд вправе расходовать часть имущества, составляющего целевой капитал, но не более 10 процентов балансовой стоимости имущества, составляющего целевой капитал, в год, если это не запрещено и не противоречит условиям договора пожертвования или завещанию и предусмотрено финансовым планом Фонда.

7.5. Ежегодно на цели Фонда используется не менее 50 % и не более 80 % полученного дохода Фонда за предыдущий год.

7.6. Фонд вправе использовать не весь полученный доход от доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, при условии выполнения обязательств по договорам пожертвования, условий завещаний, а в случаях, предусмотренных Федеральным законом, решений Попечительского Совета Фонда. При этом размер неиспользованного дохода от доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, не может быть более 50 процентов такого дохода за два года подряд.

Статья 8. СТРУКТУРА И ПОРЯДОК ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНОВ ФОНДА

8.1. Органами Фонда являются:

- Ученый Совет ЮФУ
- Попечительский Совет Фонда;
- Исполнительный директор Фонда, заместитель исполнительного

директора.

8.2. Высшим органом управления Фонда является Ученый Совет ЮФУ. Основная функция Ученого Совета ЮФУ — соблюдение целей, в интересах которых он был создан.

8.3. Ученый Совет ЮФУ вправе принять к своему рассмотрению любые вопросы организации и деятельности Фонда.

8.4. До утверждения Ученым Советом ЮФУ численного и персонального состава Попечительского Совета Фонда Фонд не вправе передавать денежные средства в доверительное управление.

8.5. Фонд вправе осуществлять деятельность, связанную исключительно с формированием целевого капитала, использованием, распределением дохода от целевого капитала в пользу иных получателей дохода от целевого капитала, в порядке, предусмотренном действующим законодательством Российской Федерации. Источниками формирования имущества Фонда могут являться пожертвования и получение имущества в порядке наследования на формирование целевого капитала, регулярные и единовременные поступления от учредителей Фонда, добровольные имущественные взносы, а также пожертвования и получение имущества в порядке наследования на цели, не связанные с формированием целевого капитала.

8.6. Фонд вправе сформировать несколько целевых капиталов на основании отдельных договоров пожертвования, завещаний, а также в случае, если договором пожертвования, завещанием определены различные цели формирования целевого капитала.

8.7. К компетенции Ученого Совета ЮФУ относятся:

- а) определение стратегических направлений деятельности Фонда;
- б) определение принципов формирования и использования имущества Фонда;
- в) внесение в Устав Фонда изменений и дополнений, утверждение Устава Фонда в новой редакции;
- г) избрание Исполнительного директора Фонда, досрочное прекращение его полномочий;
- д) утверждение годового отчета Фонда и годового бухгалтерского баланса Фонда;
- е) утверждение финансового плана и программ Фонда и внесение в него изменений;
- ж) создание филиалов и открытие представительств Фонда, утверждение Положений о них;
- з) принятие решений об участии Фонда в других организациях и объединениях Российской Федерации, а также в международных организациях и объединениях;
- и) реорганизация Фонда,
- к) утверждение программ и проектов Фонда;
- л) утверждение сметы расходов Фонда;
- м) принятие решений по другим вопросам организации и деятельности Фонда.

Вопросы, предусмотренные п.п. а, б, в, г, и п. 8.7 Устава относятся к исключительной компетенции Ученого Совета ЮФУ и не могут быть переданы на рассмотрение другому органу управления Фонда. Ученый Совет ЮФУ правомочен принимать решения, если на заседании присутствует более половины его членов. Решения Ученого Совета ЮФУ принимаются большинством голосов членов, присутствующих на заседании. Решения по вопросам, отнесенным к исключительной компетенции Ученого Совета ЮФУ, принимаются квалифицированным боль-

шинством голосов, в количестве двух третьих (2/3), от общего числа его членов, участвующих в заседании.

8.8. К полномочиям высшего органа управления Фонда — собственника целевого капитала — Ученого Совета ЮФУ относятся также:

1) принятие решения о формировании, расформировании целевого капитала;

2) определение целей, для достижения которых Фонд вправе сформировать целевой капитал;

3) утверждение годового отчета и годовой бухгалтерской отчетности о формировании целевого капитала, об использовании, о распределении дохода от целевого капитала;

4) утверждение финансового плана использования, распределения дохода от целевого капитала и внесение изменений в такой финансовый план;

5) утверждение управляющей компании и аудиторской организации;

6) принятие решения о публичном сборе денежных средств и утверждение стандартной формы договора пожертвования, заключаемого с жертвователями при публичном сборе денежных средств на пополнение сформированного целевого капитала;

7) утверждение численного и персонального состава Попечительского Совета Фонда;

8) иные предусмотренные действующим законодательством Российской Федерации и Уставом Фонда полномочия.

8.9. Попечительский Совет Фонда формируется из числа представителей Фонда — собственника целевого капитала, представителей получателей дохода от целевого капитала, жертвователей (их представителей), граждан и представителей юридических лиц, имеющих заслуги перед обществом, авторитет и (или) достижения в области деятельности, соответствующей целям деятельности Фонда. Представители Фонда — собственника целевого капитала могут составлять не более одной трети состава Попечительского Совета Фонда.

8.10. Попечительский Совет Фонда является органом Фонда и осуществляет надзор за деятельностью Фонда, принятием другими органами Фонда решений и обеспечением их исполнения, использованием

средств Фонда, соблюдением Фондом законодательства, а также осуществляет функции по использованию целевого капитала. К полномочиям Попечительского Совета Фонда относятся:

1) предварительное согласование финансового плана Фонда и изменений в него;

2) определение назначения и целей использования дохода от целевого капитала, а направлений расходования дохода от целевого капитала, срока, на который сформирован целевой капитал, объема выплат за счет дохода от целевого капитала, периодичности и порядка их осуществления в случаях, если договором пожертвования или завещанием не определены указанные условия;

3) предварительное одобрение стандартной формы договора пожертвования, заключаемого с жертвователями при публичном сборе денежных средств на пополнение целевого капитала;

4) утверждение внутреннего документа, определяющего порядок осуществления контроля за выполнением финансового плана Фонда, в том числе порядок и сроки рассмотрения поступающих жалоб, обращений и заявлений, формы и сроки представления отчетных документов;

5) подготовка предложений о полномочиях Попечительского Совета Фонда по использованию целевого капитала и их представление Ученому Совету ЮФУ для утверждения;

6) контроль за выполнением финансового плана Фонда и подготовка предложений о внесении в него изменений;

7) иные предусмотренные действующим законодательством Российской Федерации и Уставом Фонда полномочия.

8.11. Жертвователь, размер пожертвования которого составляет более 10 процентов балансовой стоимости имущества, составляющего целевой капитал, на последнюю отчетную дату, вправе потребовать включить себя или своего представителя в состав Попечительского Совета Фонда. В этом случае Попечительский Совет Фонда обязан принять решение о включении такого жертвователя или его представителя в состав Попечительского Совета Фонда в течение одного месяца со дня получения соответствующего требования жертвователя при условии, что такое включение не противоречит п. 8.9 настоящей статьи.

8.12. Попечительский Совет Фонда осуществляет свою деятельность на общественных началах. Члены Совета не вправе получать вознаграждение за выполнение возложенных на них функций.

8.13. Попечительский Совет Фонда избирается сроком на пять лет. Порядок формирования и деятельности Попечительского Совета Фонда определяются настоящим Уставом.

Попечительский Совет Фонда формируется в количестве не менее 3 человек из числа:

- представителей Фонда — собственника целевого капитала,
- жертвователей (их представителей),
- граждан, имеющих заслуги перед обществом, авторитет и (или) достижения в области деятельности, соответствующей целям деятельности Фонда.

В состав Попечительский Совет Фонда не могут входить два или более лица, являющиеся представителями одного юридического лица или представителями разных юридических лиц, являющихся аффилированными лицами.

8.14. Попечительский Совет Фонда возглавляет Председатель Попечительского Совета Фонда, избранный на первом заседании Попечительского Совета Фонда.

8.15. Попечительский Совет Фонда закрепляет настоящим Уставом полный и исчерпывающий перечень требований к квалификации Председателя Попечительского Совета Фонда.

Председатель Попечительского Совета Фонда должен обладать опытом преподавания в высших учебных заведениях Юга России не менее 10 лет, иметь высшее образование, а также научную степень или звание. Председатель Попечительского Совета Фонда избирается сроком на 5 (пять) лет.

Председатель Попечительского Совета Фонда: готовит предложения по повестке дня заседания Попечительского Совета Фонда, представляет интересы Фонда в государственных, общественных и иных организациях, возглавляет комиссию по конкурсному отбору юридических и физических лиц, выполняющих заказы Фонда, возглавляет комиссию по распределению дохода от целевого капитала в соответствии с положениями, утвержденными Попечительским Советом Фонда,

обеспечивает контроль за реализацией информационной политики Фонда.

8.16. По решению Попечительского Совета Фонда в его работе могут принимать участие с правом совещательного голоса жертвователи, представители российских ВУЗов и других объединений, государственных органов, организаций и лица, оказывающие поддержку и содействие деятельности Фонда.

8.17. Заседания Попечительского Совета Фонда проводятся по мере необходимости, но не реже одного раза в год. Решение о созыве заседания Попечительского Совета Фонда принимается Председателем Попечительского Совета Фонда в течение 15 дней с момента поступления соответствующего предложения.

8.18. Организационное обеспечение созыва и проведения заседания Попечительского Совета Фонда осуществляет Председатель Попечительского Совета Фонда.

8.19. Участники Попечительского Совета Фонда уведомляются о созыве Попечительского Совета Фонда письменно с указанием проекта повестки, а также места и времени проведения заседания не позднее чем за 7 дней до дня его проведения.

8.20. Попечительский Совет Фонда правомочен принимать решения, если на заседании присутствует более половины его членов.

8.21. Решения Попечительского Совета Фонда принимаются голосованием его членов, каждый из которых имеет один голос. Решения Попечительского Совета Фонда могут приниматься без проведения совместных заседаний членов Попечительского Совета Фонда путем заочного голосования с использованием средств связи. Решения Попечительского Совета Фонда принимаются простым большинством голосов его членов, участвующих в заседании/заочном голосовании. В случае равенства голосов голос Председательствующего является решающим. Заседание Попечительского Совета, повестка дня которого включает вопрос об избрании Председателя Попечительского Совета Фонда, не может проводиться путем заочного голосования.

8.22. Решения Попечительского Совета Фонда оформляются протоколом, подписываемым Председательствующим и секретарем заседания. Протокол Попечительского Совета Фонда составляется не позднее

15 дней после заседания. В протоколе Попечительского Совета Фонда указываются:

Место и время проведения Попечительского Совета Фонда;

Присутствующие на заседании;

Основные вопросы, поставленные на голосование, и итоги голосования по ним;

Решения, принятые Попечительским Советом Фонда.

8.23. Исполнительный директор Фонда, заместитель исполнительного директора Фонда являются исполнительным органом Фонда. Исполнительный директор Фонда, заместитель исполнительного директора избирается Ученым Советом ЮФУ сроком на пять лет.

8.24. Исполнительный директор Фонда, заместитель исполнительного директора Фонда действуют от имени Фонда без доверенности, в том числе представляют его интересы в отношениях с юридическими и физическими лицами в Российской Федерации и за рубежом, заключает от имени Фонда договоры, соглашения и иные сделки.

8.25. К компетенции Исполнительного директора Фонда относятся:

а) организация выполнения решений Ученого Совета ЮФУ и Попечительского Совета Фонда;

б) организация правового обеспечения деятельности Фонда;

в) утверждение документов, регламентирующих деятельность аппарата Исполнительного директора Фонда;

г) организация привлечения средств для финансирования утвержденных Фондом программ, проектов и мероприятий;

д) координация деятельности филиалов и представительств Фонда;

е) формирование рабочих групп и временных творческих коллективов, привлечение экспертов для участия в разработке программ и проектов Фонда;

ж) издание приказов, распоряжений, утверждение инструкций, правил внутреннего трудового распорядка, выдача доверенностей;

з) открытие/закрытие счетов Фонда в кредитных организациях, распоряжение денежными средствами и имуществом Фонда ;

и) утверждение штатного расписания и функциональных обязанностей руководителей и сотрудников Фонда;

к) определение условий оплаты труда сотрудников Фонда, филиалов и представительств Фонда, утверждение лимитов и смет административно-хозяйственных расходов;

л) принятие на работу и увольнение сотрудников Фонда, филиалов и представительств Фонда, применение к ним мер поощрения и взыскания;

м) решение всех вопросов, которые не составляют исключительную компетенцию других органов управления Фонда.

8.26. Заместитель исполнительного директора исполняет обязанности, относящиеся к компетенции исполнительного директора на период его болезни, отпуска, командировки.

Статья 9. ОТЧЕТНОСТЬ ФОНДА — СОБСТВЕННИКА ЦЕЛЕВОГО КАПИТАЛА.

9.1. Годовая бухгалтерская отчетность Фонда подлежит ежегодному аудиту, проводимому по российским и международным стандартам бухгалтерской отчетности независимым аудитором.

9.2. Фонд — собственник целевого капитала обязан не позднее шести месяцев после окончания отчетного года подготовить и утвердить годовой отчет о формировании целевого капитала и об использовании, о распределении дохода от целевого капитала. В случае, если Фондом сформировано несколько целевых капиталов, указанный годовой отчет готовится по каждому сформированному целевому капиталу.

9.3. Годовой отчет о формировании целевого капитала и об использовании, о распределении дохода от целевого капитала должен содержать в том числе следующую информацию:

1) о стоимости имущества, находящегося в доверительном управлении управляющей компании по договору доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, на конец отчетного года;

2) о сумме денежных средств, поступивших для формирования или пополнения целевого капитала за отчетный год;

3) о доходе от доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, за отчетный год;

4) об использовании дохода от целевого капитала за отчетный год с указанием общей суммы денежных средств, направленных на административно-управленческие расходы некоммерческой организации, а также общей суммы денежных средств, направленных получателям дохода от целевого капитала;

5) об общей сумме расходов управляющей компании, связанных с доверительным управлением имуществом, составляющим целевой капитал, за отчетный год, а также о размере вознаграждения, выплаченного управляющей компании, осуществляющей доверительное управление имуществом, составляющим целевой капитал;

6) о выявленных за отчетный год нарушениях при формировании целевого капитала, а также при использовании, распределении дохода от целевого капитала.

9.4. Годовой отчет о формировании целевого капитала и об использовании, о распределении дохода от целевого капитала должен быть размещен Фондом на сайте в сети Интернет, используемом для размещения информации, предусмотренной действующим законодательством Российской Федерации, в течение 10 дней с даты утверждения такого отчета или внесения в него изменений.

9.5. Фонд обязан вести обособленный бухгалтерский учет всех операций, связанных с получением денежных средств на формирование целевого капитала, передачей денежных средств, составляющих целевой капитал, в доверительное управление управляющей компании, а также с использованием, распределением дохода от целевого капитала. Для осуществления расчетов, связанных с получением денежных средств на формирование целевого капитала, передачей денежных средств, составляющих целевой капитал, в доверительное управление управляющей компании, а также с использованием, распределением дохода от целевого капитала, Фонд открывает отдельный банковский счет.

9.6. Годовая бухгалтерская отчетность Фонда, связанная с формированием целевого капитала, использованием, распределением дохода от целевого капитала, подлежит ежегодному обязательному аудиту, если балансовая стоимость имущества, составляющего целевой капитал, превышает на конец отчетного года 20 миллионов рублей.

9.7. В течение двух месяцев со дня, когда сумма полученных Фондом денежных средств на формирование целевого капитала составит 3 миллиона рублей, Фонд обязан передать денежные средства в доверительное управление управляющей компании. Со дня передачи таких денежных средств в доверительное управление управляющей компании целевой капитал считается сформированным.

9.8. Если после передачи денежных средств в доверительное управление управляющей компании в пользу Фонда будут сделаны дополнительные пожертвования в виде денежных средств на формирование целевого капитала или на пополнение сформированного целевого капитала, такие денежные средства Фонд обязан передать в доверительное управление управляющей компании в течение 10 дней со дня их получения.

Статья 10. РАСФОРМИРОВАНИЕ ЦЕЛЕВОГО КАПИТАЛА.

10.1. Целевой капитал подлежит расформированию в следующих случаях:

1) достижения целей или наступления условий, предусмотренных договором пожертвования, завещанием или в случаях, установленных действующим законодательством Российской Федерации, решением Попечительского Совета;

2) истечения срока, на который был сформирован целевой капитал, в соответствии с договором пожертвования, завещанием или в случаях, установленных действующим законодательством Российской Федерации, решением Попечительского Совета;

3) принятия решения о реорганизации Фонда — собственника целевого капитала, если некоммерческие организации, создаваемые в результате реорганизации, не соответствуют требованиям действующего законодательства Российской Федерации;

4) принятия решения о ликвидации Фонда — собственника целевого капитала;

5) если стоимость чистых активов в результате доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, снизилась по результатам трех следующих подряд завершённых отчетных лет более чем на 30 процентов без учета расходования денежных средств, предусмотренных п.7.4 статьи 7 настоящего Устава;

б) если стоимость чистых активов в результате доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, снизилась по результатам одного отчетного года более чем на 50 процентов без учета расходования денежных средств, предусмотренных п.7.4 статьи 7 настоящего Устава;

7) в иных предусмотренных действующим законодательством Российской Федерации случаях.

10.2. Решения, связанные с наступлением обстоятельств, предусмотренных п.10.1 настоящей статьи, должны быть приняты в течение одного месяца с момента, когда стало известно о наступлении таких обстоятельств, а в случаях, предусмотренных пунктами 3 и 4 п. 10.1 настоящей статьи, одновременно с принятием решения о реорганизации или ликвидации некоммерческой организации.

10.3. Целевой капитал подлежит расформированию по решению суда в случае неоднократных или грубых нарушений Фондом — собственником целевого капитала требований действующего законодательства Российской Федерации. Требование о расформировании целевого капитала в указанных в настоящей части случаях может быть предъявлено в суд федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции в сфере регистрации некоммерческих организаций, а также жертвователем, его наследниками или иными правопреемниками.

10.4. Если договором пожертвования, завещанием или в случаях, установленных действующим законодательством Российской Федерации, решением Попечительского Совета не определен порядок распоряжения имуществом, составляющим целевой капитал, в случае его расформирования, то при расформировании целевого капитала Попечительский Совет вправе принять одно из решений:

1) о передаче оставшейся части имущества, составлявшего целевой капитал, другой некоммерческой организации для формирования или пополнения сформированного целевого капитала;

2) об использовании оставшейся части имущества, составлявшего целевой капитал, на цели, определенные договором пожертвования, завещанием или в случаях, установленных действующим законодательством Российской Федерации, решением Попечительского Совета, в соответствии с финансовым планом Фонда.

10.5. При расформировании целевого капитала в случаях, предусмотренных п.10.3 настоящей статьи, решения, предусмотренные п.10.4 настоящей статьи, принимаются судом одновременно с решением о расформировании целевого капитала.

Статья 11. ОГРАНИЧЕНИЯ ПРИ СОВЕРШЕНИИ ОПЕРАЦИЙ С ИМУЩЕСТВОМ, СОСТАВЛЯЮЩИМ ЦЕЛЕВОЙ КАПИТАЛ.

11.1. Денежные средства, составляющие целевой капитал, в том числе иностранная валюта, могут быть размещены в:

1) государственные ценные бумаги Российской Федерации, государственные ценные бумаги субъектов Российской Федерации, облигации иных российских эмитентов;

2) акции российских эмитентов, созданных в форме открытых акционерных обществ;

3) государственные ценные бумаги иностранных государств, соответствующие требованиям, определяемым к долговым обязательствам иностранных государств, в которые могут размещаться средства Стабилизационного фонда Российской Федерации;

4) облигации и акции иных иностранных эмитентов;

5) ипотечные ценные бумаги, выпущенные в соответствии с законодательством Российской Федерации об ипотечных ценных бумагах;

6) инвестиционные паи закрытых паевых инвестиционных фондов, если правилами доверительного управления этими паевыми инвестиционными фондами предусматривается выплата дохода от доверительного управления не реже одного раза в год;

7) инвестиционные паи интервальных паевых инвестиционных фондов;

8) инвестиционные паи открытых паевых инвестиционных фондов;

9) объекты недвижимого имущества;

10) депозиты в рублях и иностранной валюте в кредитных организациях;

11) инвестиционные паи фондов банковского управления.

11.2. Размещение имущества, составляющего целевой капитал, в указанные в п. 11. 1 настоящей статьи ценные бумаги (за исключением инвестиционных паев открытых паевых инвестиционных фондов) мо-

жет осуществляться только, если такие ценные бумаги обращаются на организованном рынке ценных бумаг, или в ценные бумаги, предусмотренные пунктом 1 части 1 настоящей статьи, если они специально выпущены Правительством Российской Федерации для размещения средств институциональных инвесторов.

11.3. Управление имуществом, составляющим целевой капитал, должно осуществляться управляющей компанией на основании договора доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал.

11.4. Для осуществления расчетов, связанных с доверительным управлением имуществом, составляющим целевой капитал, открывается отдельный банковский счет, а для учета прав на ценные бумаги, составляющие целевой капитал, открываются отдельные лицевые счета в реестре владельцев ценных бумаг или отдельные счета депо в депозитарии, осуществляющем учет прав на такие ценные бумаги. Такие счета, за исключением случаев, установленных законодательством Российской Федерации, открываются на имя управляющей компании с указанием на то, что она действует в качестве доверительного управляющего имуществом, составляющим целевой капитал, а также с указанием наименования некоммерческой организации, передавшей денежные средства, составляющие целевой капитал, в доверительное управление, и индивидуального обозначения, идентифицирующего целевой капитал.

11.5. Управляющая компания при осуществлении доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, не вправе:

1) зачислять денежные средства, не являющиеся имуществом, составляющим целевой капитал, на отдельный банковский счет, предназначенный для осуществления расчетов, связанных с доверительным управлением имуществом, составляющим целевой капитал;

2) осуществлять списание или выдачу денежных средств с отдельного банковского счета, предназначенного для расчетов, связанных с доверительным управлением имуществом, составляющим целевой капитал, а также с использованием дохода от доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, в иных целях, чем цели, установленные настоящим Уставом;

3) приобретать имущество, которое в соответствии с настоящим Уставом не может быть включено в состав целевого капитала;

4) заключать на безвозмездной основе сделки с имуществом, составляющим целевой капитал и находящимся в доверительном управлении;

5) предоставлять займы за счет имущества, составляющего целевой капитал, а также за счет дохода от доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал;

6) использовать имущество, составляющее целевой капитал, в качестве обеспечения исполнения своих обязательств, обязательств некоммерческой организации — собственника целевого капитала или обязательств третьих лиц, за исключением обязательств, непосредственно связанных с доверительным управлением имуществом, составляющим целевой капитал;

7) приобретать за счет денежных средств, входящих в состав целевого капитала, ценные бумаги, эмитентами которых являются управляющая компания, аудиторская организация, с которой заключен договор об обслуживании, или их аффилированные лица, за исключением случаев, если указанные ценные бумаги обращаются на рынке ценных бумаг;

8) приобретать за счет денежных средств, входящих в состав целевого капитала, ценные бумаги эмитентов, в отношении которых осуществляются меры досудебной санации или введена процедура несостоятельности (банкротства) (наблюдение, финансовое оздоровление, внешнее управление, конкурсное производство).

11.6. При доверительном управлении имуществом, составляющим целевой капитал, заключение срочных сделок, в том числе покупка опционов на ценные бумаги, заключение фьючерсных и форвардных контрактов, допускается исключительно в целях страхования (хеджирования) рисков.

Статья 12. ДОГОВОР ДОВЕРИТЕЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ ИМУЩЕСТВОМ, СОСТАВЛЯЮЩИМ ЦЕЛЕВОЙ КАПИТАЛ.

12.1. По договору доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, Фонд — собственник целевого капитала передает пожертвования, поступившие в данный Фонд в виде денежных

средств на формирование целевого капитала, в доверительное управление доверительному управляющему — управляющей компании, а управляющая компания обязуется осуществлять доверительное управление имуществом, составляющим целевой капитал, в интересах данного Фонда.

12.2. Учредителем доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, и выгодоприобретателем по договору доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, является некоммерческая организация — собственник целевого капитала — Южный федеральный университет.

12.3. Условия договора доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, должны соответствовать требованиям действующего законодательства и настоящего Устава. Наряду с условиями, предусмотренными Гражданским кодексом Российской Федерации, в договоре доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, должны быть также указаны требования к составу объектов управления и инвестиционная политика управляющей компании, которая будет реализовываться при выполнении этого договора.

12.4. Пожертвования, поступившие в Фонд в виде денежных средств на формирование целевого капитала и переданные данному Фонду в доверительное управление, и доход от доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, не переходят в собственность управляющей компании, осуществляющей доверительное управление имуществом, составляющим целевой капитал. В случае продажи имущества, составляющего целевой капитал, денежные средства, полученные в счет оплаты указанного имущества, подлежат включению в имущество, составляющее целевой капитал.

12.5. Управляющая компания осуществляет доверительное управление имуществом, составляющим целевой капитал, в соответствии с договором доверительного управления этим имуществом путем совершения любых операций с имуществом, составляющим целевой капитал, а также осуществляет все права, удостоверенные ценными бумагами, составляющими целевой капитал, в том числе право голоса.

12.6. Управляющая компания совершает сделки с имуществом, составляющим целевой капитал, от своего имени, при этом указывая, что она действует в качестве доверительного управляющего. Это условие считается соблюденным, если при совершении сделок, не требующих письменного оформления, другая сторона информирована об их совершении доверительным управляющим в этом качестве, а в письменных документах после наименования доверительного управляющего сделана пометка «Д.У.» и указаны наименование некоммерческой организации — собственника целевого капитала и индивидуальное обозначение, идентифицирующее целевой капитал. При отсутствии указания на то, что управляющая компания действует в качестве доверительного управляющего, она обязывается перед третьими лицами лично и отвечает перед ними только принадлежащим ей имуществом.

12.7. Управляющая компания обязана вести отдельный учет по каждому переданному в доверительное управление целевому капиталу.

12.8. Если управляющая компания является доверительным управляющим нескольких целевых капиталов, сформированных одной некоммерческой организацией — собственником целевого капитала, для управления каждым целевым капиталом заключается отдельный договор.

12.9. Управляющая компания после завершения отчетного периода, определенного договором, но не реже одного раза в год обязана представить Фонду — собственнику целевого капитала отчет о своей деятельности по доверительному управлению имуществом, составляющим целевой капитал.

12.10. Доход от целевого капитала подлежит передаче Фонду — собственнику целевого капитала в течение 15 дней после завершения отчетного периода, если иной срок не предусмотрен договором доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал.

12.11. Управляющая компания осуществляет доверительное управление имуществом, составляющим целевой капитал, лично, за исключением случаев, установленных настоящей частью. Управляющая компания вправе поручить брокеру совершать от ее имени или от имени брокера сделки по отчуждению ценных бумаг, входящих в целевой капитал, или по приобретению ценных бумаг за счет имущества, состав-

ляющего целевой капитал, а также заключать опционные, фьючерсные и форвардные контракты, выполнение обязательств по которым должно осуществляться за счет имущества, составляющего целевой капитал. В иных случаях управляющая компания может поручить брокеру совершать от своего имени деятельность, необходимую для осуществления доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, если она уполномочена на это договором доверительного управления имуществом. Управляющая компания отвечает за действия избранных ею поверенного и комиссионера как за свои собственные.

12.12. Договор доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, наряду со случаями, предусмотренными Гражданским кодексом Российской Федерации, прекращает действие вследствие:

1) приостановления действия выданной управляющей компании лицензии на осуществление деятельности по управлению ценными бумагами или лицензии на осуществление деятельности по управлению инвестиционными фондами, паевыми инвестиционными фондами и негосударственными пенсионными фондами либо аннулирования такой лицензии;

2) введения в отношении управляющей компании процедуры несостоятельности (банкротства) (наблюдение, финансовое оздоровление, внешнее управление, конкурсное производство).

12.13. Договор доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, прекращает действие со дня, когда управляющая компания узнала о принятии соответствующего решения, а в случае, если такое решение принимается судом, со дня вступления такого решения в законную силу.

12.14. Фонд — собственник целевого капитала в одностороннем порядке вправе отказаться от договора доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, в случае:

1) несоблюдения управляющей компанией установленных настоящим Уставом требований к порядку доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал;

2) принятия решения о расформировании целевого капитала;

3) в иных случаях, предусмотренных договором доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал.

12.15. В течение одного месяца со дня прекращения действия договора доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, это имущество подлежит передаче другой управляющей компании, выбранной Фондом — собственником целевого капитала. В иных случаях целевой капитал считается расформированным.

12.16. Если действие договора доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, прекращается в связи с расформированием целевого капитала, денежные средства, составляющие такой капитал, подлежат передаче Фонду — собственнику целевого капитала в течение 10 рабочих дней со дня прекращения действия этого договора, а иное имущество должно быть продано управляющей компанией в течение шести месяцев со дня прекращения действия договора. Полученные денежные средства должны быть переданы Фонду — собственнику целевого капитала.

Статья 13. ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К УПРАВЛЯЮЩЕЙ КОМПАНИИ.

13.1. Фонд передает денежные средства управляющей компании при осуществлении деятельности по доверительному управлению имуществом, составляющим целевой капитал:

- имеющей право на осуществление деятельности по доверительному управлению имуществом, составляющим целевой капитал;
- работающей на рынке не менее 5 лет;
- ведущей аудированную отчетность по МСФО не менее 5 лет;
- имеющей Кодекс корпоративного поведения.

13.2. Управляющая компания при осуществлении деятельности по доверительному управлению имуществом, составляющим целевой капитал, обязана:

1) осуществлять инвестирование денежных средств, полученных на формирование целевого капитала, исходя из необходимости обеспечения принципов надежности, ликвидности, доходности и диверсификации;

2) осуществлять расчет стоимости чистых активов, находящихся в доверительном управлении управляющей компании по договору дове-

рительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, в порядке и сроки, которые установлены нормативными правовыми актами федерального органа исполнительной власти в области финансовых рынков;

3) нести установленную действующим законодательством Российской Федерации и договором доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, ответственность за соответствие доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, требованиям действующего законодательства Российской Федерации и договора доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал;

4) ежегодно проводить аудит бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности, которые связаны с доверительным управлением имуществом, составляющим целевой капитал, а также с выплатой дохода от целевого капитала, если балансовая стоимость находящегося в доверительном управлении управляющей компании имущества, составляющего целевой капитал, превышает на конец отчетного года 45 миллионов рублей;

5) представлять копию аудиторского заключения Фонду — собственнику целевого капитала;

6) уведомлять Фонд — собственника целевого капитала о приостановлении действия лицензии на осуществление деятельности по управлению ценными бумагами или лицензии на осуществление деятельности по управлению инвестиционными фондами, паевыми инвестиционными фондами и негосударственными пенсионными фондами либо об аннулировании такой лицензии не позднее дня, следующего за днем, когда управляющая компания узнала о таком приостановлении либо об аннулировании, в форме и порядке, которые предусмотрены договором доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал;

7) уведомлять Фонд — собственника целевого капитала об иных фактах и событиях, связанных с деятельностью по доверительному управлению имуществом, составляющим целевой капитал, в порядке и сроки, которые предусмотрены договором доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал;

8) разработать и соблюдать внутренний регламент совершения операций с имуществом, составляющим целевой капитал;

9) соблюдать иные предусмотренные действующим законодательством Российской Федерации и договором доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, требования.

13.3. Наряду с ограничениями, установленными статьей 13 настоящего Устава, управляющая компания не вправе:

1) приобретать за счет имущества, составляющего целевой капитал, имущество своих аффилированных лиц, а также акционеров (участников) управляющей компании, которые не относятся к аффилированным лицам;

2) отчуждать имущество, входящее в состав целевого капитала, своим аффилированным лицам, а также акционерам (участникам) управляющей компании, которые не относятся к аффилированным лицам;

3) приобретать в свою собственность или собственность учредителей доверительного управления по иным заключенным управляющей компанией договорам доверительного управления имущество, составляющее целевой капитал;

4) отчуждать собственное имущество и находящееся в доверительном управлении управляющей компании по иным договорам доверительного управления имущество в состав целевого капитала.

Статья 14. РАСХОДЫ, СВЯЗАННЫЕ С ДОВЕРИТЕЛЬНЫМ УПРАВЛЕНИЕМ ИМУЩЕСТВОМ, СОСТАВЛЯЮЩИМ ЦЕЛЕВОЙ КАПИТАЛ, И ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ УПРАВЛЯЮЩЕЙ КОМПАНИИ.

14.1. Договором доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, должны быть предусмотрены размер вознаграждения управляющей компании или порядок его определения, порядок и сроки выплаты вознаграждения управляющей компании, а также порядок возмещения необходимых расходов, произведенных управляющей компанией при доверительном управлении имуществом, составляющим целевой капитал.

14.2. Возмещение необходимых расходов, связанных с доверительным управлением имуществом, составляющим целевой капитал, осуществляется за счет дохода от доверительного управления имуще-

ством, составляющим целевой капитал. В случае, если этого дохода недостаточно, возмещение таких расходов может осуществляться за счет дохода от целевого капитала. К необходимым расходам, связанным с доверительным управлением имуществом, составляющим целевой капитал, относятся в том числе расходы управляющей компании на ежегодный обязательный аудит бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности, которые связаны с доверительным управлением имуществом, составляющим целевой капитал. Необходимые расходы, возмещаемые за счет дохода от целевого капитала, не могут превышать 1 процент такого дохода.

14.3. Вознаграждение управляющей компании выплачивается за счет дохода от доверительного управления имуществом, составляющим целевой капитал, полученного управляющей компанией за отчетный год, но не более 10 процентов такого дохода.

Статья 15. РЕОРГАНИЗАЦИЯ И ЛИКВИДАЦИЯ ФОНДА — СОБСТВЕННИКА ЦЕЛЕВОГО КАПИТАЛА.

15.1. Реорганизация и ликвидация Фонда — собственника целевого капитала осуществляются в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

15.2. Фонд — собственник целевого капитала не может быть реорганизован в хозяйственное товарищество или общество.

15.3. При ликвидации Фонда — собственника целевого капитала имущество, составляющее целевой капитал, используется на цели, определенные договором пожертвования или завещанием, а в случаях, если договором пожертвования или завещанием такие цели не определены, — на цели, определенные решением Попечительского Совета Фонда.

15.4. Фонд может быть ликвидирован по заявлению заинтересованных лиц только по решению суда.

15.5. Фонд в целях реализации государственной социальной, экономической и налоговой политики обеспечивает сохранность документов (управленческих, финансово-хозяйственных, по личному составу и др.), использует в установленном порядке документы по личному составу. При реорганизации Фонда все его документы передаются в соответствии с установленными правилами организации-правопреемнику. В случае ликвидации Фонда документы постоянного хранения переда-

ются в архив. Упорядочение и передача документов осуществляются силами и за счет средств Фонда в соответствии с требованиями архивных органов.

15.6. Фонд считается ликвидированным или реорганизованным после внесения соответствующих записей в единый государственный реестр юридических лиц.

Статья 16. ПОРЯДОК ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ В УЧРЕДИТЕЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ ФОНДА

16.1. Решение о внесении в Устав Фонда изменений принимается высшим органом управления Фонда — Ученым Советом ЮФУ квалифицированным большинством голосов членов, присутствующих на заседании.

16.2. Государственная регистрация изменений в устав Фонда осуществляется в том же порядке и в те же сроки, что и государственная регистрация Фонда, в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

16.3. Изменения в Устав Фонда вступают в законную силу со дня их государственной регистрации.

16.4. За государственную регистрацию изменений, вносимых в Устав Фонда, взимается государственная пошлина в порядке и размерах, которые предусмотрены законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

Правовые и нормативные документы

Федеральный закон от 11.08.1995 № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях.

Конституция РФ, ст. 43.

Гражданский кодекс РФ, ч. 1-3 ст. 582 ГК РФ: пожертвование — это дарение вещи...

Гражданский кодекс РФ, ст. 105, 124.

Федеральный закон «О некоммерческих организациях», ст. 26.

Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей».

Постановление Правительства РФ от 15.08.2013 № 706 «Об утверждении правил оказания платных образовательных услуг».

Налоговый кодекс РФ, ст. 264.

Налоговый кодекс РФ, ст. 146: НДС облагаются операции по реализации товаров (работ, услуг), в том числе на безвозмездной основе, на территории РФ...

Налоговый кодекс РФ, ст. 250, п. 8: при получении имущества (работ, услуг) безвозмездно оценка доходов осуществляется исходя из рыночных цен, определяемых с учетом положений статьи 105.3 ГК РФ, но не ниже определяемой в соответствии с настоящей главой остаточной стоимости — по амортизируемому имуществу и не ниже затрат на производство (приобретение) — по иному имуществу (выполненным работам, оказанным услугам).

Льготы по НДС с 2016 года: согласно п. 1 ст. 172 и п. 1 ст. 171 Налогового кодекса РФ благотворитель может получить к вычету сумму «входного» НДС.

В силу п. 5 ст. 149 Налогового кодекса РФ «отказ от льготного налогообложения может быть осуществлен только в отношении тех операций, которые предусмотрены п. 3 указанной статьи».

Договор о пожертвовании ОО составляется с учетом п. 2 ст. 9 Федерального закона от 21.11.1996 № 129-ФЗ «О бухгалтерском учете».

КоАП РФ, п. 4 ч. 2 ст. 30.17, ч. 1 ст. 5.57 — нарушение или незаконное ограничение права на образование.

Указание Банка России от 11.03.2014 № 3210-У «О порядке ведения кассовых операций юридическими лицами и упрощенном порядке ведения кассовых операций индивидуальными предпринимателями и субъектами малого предпринимательства».

Порядок ведения кассовых операций в Российской Федерации, утвержден решением Совета директоров Центрального Банка России от 22.09.1993 № 40 (с изм. от 26.02.1996).

Инструктивное письмо Министерства общего и профессионального образования РФ от 15.12.1998 № 57 «О внебюджетных средствах образовательных учреждений».

Письмо Министерства образования РФ от 27.06.1995 № 48-М «О фактах неправомерного взимания денежных средств с родителей обучающихся».

Перечень затрат организации, относимых к расходам на рекламу, указан в Федеральном законе от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Федеральный закон от 25.12.2008 № 273-ФЗ «О противодействии коррупции» (п. 4 ст. 8).

Федеральный закон от 30.12.2006 № 275-ФЗ «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций» (ст. 8, 9, 11).

Устав Учреждения.

**ПОЛОЖЕНИЕ о порядке формирования и расходования
внебюджетных средств в муниципальном бюджетном дошкольном
образовательном учреждении «Детский сад «Марьинский»⁸³**

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение является локальным нормативным актом, регулирующим порядок формирования и расходования внебюджетных средств (далее — Положение) Муниципальным бюджетным дошкольным образовательным учреждением «Детский сад «Марьинский» города Бронницы (далее — Учреждение).

1.2. Настоящее положение разработано в соответствии с:

Конституцией Российской Федерации;

Федеральным законом от 29.12.2012 № 273 «Об образовании в Российской Федерации»;

Федеральным законом от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях»;

Федеральным законом от 11.08.1995 № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях»;

Федеральным законом от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»;

Гражданским кодексом Российской Федерации;

Налоговым кодексом Российской Федерации;

Законом РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»;

Постановлением Правительства РФ от 15.08.2013 № 706 «Об утверждении правил оказания платных образовательных услуг»;

Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по основным общеобразовательным программам — образовательным программам дошкольного образования, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 30.08.2013 № 1014;

83

Уставом Учреждения.

1.3. Настоящее Положение разработано с целью:

- привлечения внебюджетных средств Учреждения;
- правовой защиты участников образовательного процесса Учреждения, осуществляющего привлечение дополнительных средств;
- создания дополнительных условий для развития Учреждения, в том числе совершенствования материально-технической базы, обеспечивающей образовательный процесс, организации досуга и отдыха воспитанников.

1.4. Положение рассматривается на Управляющем совете и утверждается приказом по Учреждению.

1.5. После принятия новой редакции Положения предыдущая редакция утрачивает силу.

2. Порядок формирования внебюджетных средств

2.1. Муниципальное бюджетным дошкольное образовательным учреждение «Детский сад «Марьинский» города Бронницы является бюджетным учреждением, основным видом деятельности которого является реализация образовательных программ в соответствии с муниципальным заданием. Учреждение выполняет свои функции в интересах общества и содержится за счет бюджетных средств городского округа Бронницы.

2.2. Внебюджетные средства Учреждения — это средства, поступившие в соответствии с законодательством в распоряжение Учреждения, кроме бюджетных ассигнований, формируемые за счет других источников.

2.3. Источниками формирования внебюджетных средств в Учреждении являются средства физических и юридических лиц.

2.4. Внебюджетные средства могут быть привлечены в Учреждение с соблюдением всех условий, установленных действующим законодательством Российской Федерации и настоящим Положением.

2.5. Основным принципом привлечения внебюджетных средств Учреждением является добровольность их внесения физическими и юридическими лицами, в том числе родителями (законными представителями).

2.6. Внебюджетные средства являются дополнительным источником финансирования Учреждения.

2.7. Внебюджетные средства могут быть получены Учреждением в результате:

- родительской платы за присмотр и уход в дошкольном образовательном учреждении;
- целевых взносов физических и (или) юридических лиц;
- добровольных пожертвований родителей и других лиц;
- оказания платных образовательных услуг, реализации платных образовательных программ и иной деятельности в соответствии с Уставом Учреждения.

2.8. Учреждение самостоятельно расходует средства, полученные от приносящей доход деятельности в соответствии со своим планом финансово — хозяйственной деятельности.

3. Условия привлечения родительской платы за содержание ребенка в Учреждении

3.1 Родительская плата за содержание ребенка в Учреждении взимается с родителей (законных представителей) на основании законодательства РФ, направляется на организацию питания, хозяйственные нужды и медикаменты.

3.2 Учет средств осуществляется Централизованной бухгалтерией № 2 города Бронницы.

4. Условия привлечения Учреждением целевых взносов

4.1. Привлечение целевых взносов Учреждением может иметь своей целью:

- приобретение необходимого имущества,
- укрепление и развитие материально-технической базы,
- охрану жизни и здоровья,
- обеспечение безопасности детей в период образовательного процесса, либо
- решение иных задач, не противоречащих уставной деятельности и действующему законодательству РФ.

4.2. Учреждение не имеет права самостоятельно по собственной инициативе привлекать целевые взносы законных представителей без их согласия.

4.3. Размер целевого взноса определяется Жертвователем самостоятельно.

4.4. Решение о внесении целевых взносов Учреждению принимаются физическими и (или) юридическими лицами самостоятельно, с указанием цели реализации средств, а также по предварительному письменному обращению Учреждения об оказании благотворительной помощи к указанным лицам.

4.5. Целевые взносы на основании письменного заявления физических лиц, в том числе законных представителей, вносятся на расчетный счет Учреждения.

4.6. Целевые взносы юридических лиц направляются на расчетный счет Учреждения.

4.7. Распоряжение привлеченными целевыми взносами осуществляет руководитель Учреждения по объявленному целевому назначению, при согласовании с Управляющим советом.

4.8. Если цель пожертвования не указана, то данные средства используются на ведение уставной деятельности Учреждения.

4.9. Бухгалтерский учет целевых взносов осуществляется в соответствии с Инструкцией по бюджетному учету.

5. Условия привлечения Учреждением добровольных пожертвований

5.1. Добровольные пожертвования Учреждению могут производиться юридическими и (или) физическими лицами, в том числе родителями (законными представителями). Решение о пожертвовании принимается ими самостоятельно.

5.2. Добровольные пожертвования оформляются в соответствии с действующим законодательством на основании заключенного Договора пожертвования.

5.3. Добровольные пожертвования физических лиц, в том числе родителей (законных представителей), в виде денежных средств перечисляются на расчетный счет Учреждения.

5.4. Добровольные пожертвования в виде денежных средств юридических лиц перечисляются на расчетный счет Учреждения.

5.5. Иное пожертвованное имущество оформляется в обязательном порядке актом приема-передачи и ставится на баланс Учреждения в соответствии с действующим законодательством РФ.

5.6. Добровольное пожертвование недвижимого имущества подлежит государственной регистрации в порядке, установленном законодательством РФ.

5.7. Распоряжение пожертвованным имуществом осуществляет руководитель Учреждения. Денежные средства расходуются в соответствии с условиями Договора пожертвования.

5.8. Руководитель Учреждения организует учет добровольных пожертвований и своевременное документарное оформление. Учет добровольных пожертвований ведется в соответствии с Инструкцией по бюджетному учету.

5.9. К случаям, не урегулированным настоящим разделом Положения, применяются нормы Гражданского кодекса РФ.

6. Условия привлечения средств от предоставления платных образовательных услуг.

6.1. Привлечение средств от реализации платных образовательных услуг регулируются «Положением об оказании платных образовательных услуг Муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения «Детский сад «Марьинский» города Бронницы и настоящим Положением.

6.2. На оказание каждой платной услуги, предусмотренной договором, составляется калькуляция, которая согласуется с Управляющим советом и утверждается приказом по Учреждению.

6.3. Расходование привлеченных денежных средств осуществляется в соответствии с утвержденным планом финансово-хозяйственной деятельности на цели развития Учреждения и оплату труда привлеченного персонала.

6.5. Доход от платных образовательных услуг используется Учреждением соответственно уставным целям.

6.6. Стоимость платных услуг устанавливается решением Совета депутатов городского округа Бронницы и в течение учебного года не меняется.

6.7. Учреждение вправе привлекать специалистов для оказания платных услуг и осуществлять оплату труда на договорной основе.

6.8. Оплата за платные услуги может производиться только в безналичном порядке.

Расчеты производятся через банк, по квитанции установленного образца на лицевой счет Учреждения.

7. Порядок расходования внебюджетных средств.

7.1. Учреждение осуществляет внебюджетную деятельность в соответствии с действующим законодательством и Уставом.

7.2. Доход, полученный от всех видов внебюджетной деятельности за выполненные работы и услуги, а также благотворительные и спонсорские взносы, поступают:

- в денежной форме — на расчетный счет Учреждения;
- в виде материальных ценностей — путем постановки их на баланс Учреждения.

Сумма всех средств, поступивших в Учреждение от внебюджетной деятельности, независимо от вышеперечисленных форм их представления, составляет полный внебюджетный доход Учреждения.

7.3. Средства от деятельности, приносящей доходы, а также средства, полученные в результате пожертвований юридических и физических лиц, поступают в самостоятельное распоряжение Учреждения, учитываются на отдельном балансе и могут расходоваться на следующие цели:

- оплата труда работникам Учреждения за организацию и проведение платных дополнительных образовательных услуг (студий и кружков);
- приобретение игрушек, оборудования, мебели;
- приобретение наглядных и учебных пособий, книг;
- приобретение канцелярских и хозяйственных товаров;
- оформление подписных изданий;
- обеспечение охраны и безопасности жизнедеятельности Учреждения;
- обслуживание оргтехники;
- оплату услуг и работ;
- ремонт (текущий) оборудования, помещений, территории Учреждения, в том числе приобретение материалов для ремонта;
- обеспечение научно-исследовательской деятельности;
- приобретение подарков для проведения праздничных утренников, соревнований и т.д.;
- поощрение работников Учреждения;

— повышение квалификации педагогических работников Учреждения;

— участие детей и взрослых в конкурсах, семинарах, конференциях на муниципальном, региональном, федеральном, международном уровнях;

— иные расходы, связанные с деятельностью Учреждения, не обеспеченные бюджетными ассигнованиями.

7.4. Основным документом, определяющим объемы поступлений внебюджетных средств с указанием источников образования и направлений использования этих средств, является смета доходов и расходов по внебюджетным средствам. Учреждение самостоятельно разрабатывает смету внебюджетных средств.

7.4.1. В доходную часть сметы включаются суммы доходов на планируемый год, а также остатки внебюджетных средств на начало года, которые включают остатки денежных средств, а также предусмотренное нормативными актами перераспределение доходов.

7.4.2. В расходную часть калькуляции включаются суммы расходов:

Код статьи	Наименование статьи	Стоимость услуги, руб.
220	Приобретение работ, услуг в т.ч.:	
226	Заработная плата педагога	
226	Заработная плата администрации	
226	Заработная плата бухгалтера	
226	Заработная плата обслуживающего персонала	
226	Начисления на заработную плату (27,3%)	
223	Коммунальные услуги	
225	Содержание имущества	
290	Прочие расходы	
300	Расходы по приобретению нефинансовых активов, в т.ч.	
310	Увеличение стоимости основных средств	
340	Увеличение стоимости материальных запасов	

7.4.3. Расходы рассчитываются исходя из действующих норм, применяя прогнозируемые тарифы и цены, а в их отсутствии — согласно средним расходам на базе отчетных данных.

7.4.4. Сумма расходов в смете не должна превышать суммы доходной части сметы.

7.4.4. В случае, когда доходы превышают расходы вследствие того, что эти доходы поступают в текущем бюджетном году для осуществления расходов в следующем бюджетном году, это превышение отражается в смете как остаток на конец года.

7.4.5. К проекту сметы прилагаются:

а) нормативные акты, соглашения и т.д., которые регламентируют формирование и использование внебюджетных средств,

б) расчеты источников доходов по соответствующим видам внебюджетных средств;

в) расчеты по расходам по каждой статье.

7.4.6. Проект сметы доходов и расходов внебюджетных средств на предстоящий финансовый год заведующий Учреждением представляет на согласование Управляющему совету, и отчитывается поквартально о расходовании внебюджетных средств.

7.4.7. Управляющий совет рассматривает представленный проект сметы в следующих аспектах:

— законность образования внебюджетных средств;

— полнота и правильность расчета доходов по видам внебюджетных средств;

— обоснованность расходов.

7.4.8. Наличие в Учреждении внебюджетных средств для выполнения своих функций не влечет за собой снижения нормативов и (или) абсолютных размеров его финансирования за счет средств учредителя.

7.4.9. Расходы счетов внебюджетных средств осуществляются в пределах остатка денежных средств на банковском (лицевом) счете в строгом соответствии с объемом и назначением, предусмотренными в смете.

7.4.10. Перевод счетов с бюджетных счетов на внебюджетные счета и обратно не разрешается.

7.4.11. Остатки неиспользованных средств по состоянию на 31 декабря на внебюджетных счетах являются переходящими, с правом использования в следующем году.

7.4.12. Доходы, поступившие в течение года, дополнительно к суммам, предусмотренным в смете, могут быть использованы лишь после осуществления в установленном порядке соответствующих изменений в калькуляции.

7.4.13. Внебюджетные средства могут быть направлены на выполнение работ, оказание услуг, приобретение материальных ценностей, финансируемых из бюджета.

7.4.14. Распорядители внебюджетных средств заведующий и Управляющий совет Учреждения имеют право вносить изменения в утвержденных в соответствии с настоящим Положением сметах, в зависимости от уровня поступления доходов, текущих потребностей или согласно другим обстоятельствам, составляя справки об изменении сметы доходов и расходов по установленным формам.

8. Права Учреждения на расходование внебюджетных средств, в том числе от оказания платных образовательных услуг

8.1. Доходы, полученные от приносящей доходы деятельности и приобретенное за счет этих средств имущество, поступают в самостоятельное распоряжение Учреждения и используются Учреждением на цели, определенные Уставом.

8.2. Расходование привлеченных внебюджетных средств осуществляется на нужды Учреждения в соответствии с требованиями законодательства по усмотрению Учреждения и изъятию не подлежат.

9. Контроль и ответственность.

9.1. Общественный контроль исполнения смет доходов и расходов внебюджетных средств Учреждения осуществляет Управляющий совет.

9.2. Руководитель Учреждения несет персональную ответственность за деятельность по привлечению и расходованию внебюджетных средств.

9.3. Руководитель несет ответственность за своевременность:

— выплаты заработной платы из внебюджетных средств, которая производится в установленные плановые сроки выплат, действующие в Учреждении;

— оплаты счетов, в пределах средств, находящихся в его распоряжении.

9.4. Руководитель Учреждения ежеквартально:

— предоставляет информацию Управляющему совету об использовании внебюджетных средств согласно калькуляции расходов и доходов;

— отчитывается о поступлении, бухгалтерском учете и расходовании средств, полученных от внебюджетных источников финансирования путем размещения информации на официальном сайте Учреждения в сети Интернет.

9.5. Работникам Учреждения запрещается осуществлять незаконный сбор наличных денежных средств родителей (законных представителей) воспитанников.

9.6. Запрещается отказывать гражданам в приеме детей или исключать их из Учреждения из-за невозможности или нежелании осуществлять целевые взносы, добровольные пожертвования, либо выступать заказчиком дополнительных платных образовательных услуг.

9.7. К случаям, не урегулированным настоящим Положением, применяются нормы законодательства РФ.

Утверждено приказом по МБДОУ
«Марьинский» г. Бронницы
от 11.01.2016 г. № 1 пункт 2

**Договор пожертвования денежных средств образовательному
учреждению на определенные цели**

г.... «___» _____ 20__ г.

Родители воспитанников, студентов группы № _____, именуемые в дальнейшем «Жертвователь», в лице _____

_____,
(фамилия, имя, отчество)

с одной стороны, и ОО «...», именуемое в дальнейшем «Одаряемый», в лице _____,

(должность, Ф. И.О.)

действующего на основании УСТАВА, с другой стороны, заключили настоящий Договор о нижеследующем.

1. Предмет договора

1.1. Жертвователь обязуется на добровольной основе безвозмездно передать Одаряемому в собственность на цели, указанные в настоящем Договоре, денежные средства (далее по тексту договора — Пожертвование) в размере _____ руб.

(сумма цифрами и прописью)

Образовательное учреждение вправе привлекать в порядке, установленном Положением «О порядке привлечения, расходования и учета добровольных пожертвований физических и юридических лиц ОО «...» дополнительные финансовые средства за счет добровольных пожертвований и целевых взносов физических или юридических лиц, в том числе иностранных.

1.2. Пожертвование передается в собственность Одаряемому на осуществление следующих целей:

1.2.1. функционирование и развитие ОО;

1.2.2. осуществление образовательного процесса;

1.2.3. обустройство интерьера;

1.2.4. проведение ремонтных работ;

- 1.2.5. приобретение предметов хозяйственного пользования;
 - 1.2.6. обеспечение безопасности МБОО;
 - 1.2.7. развитие предметно-развивающей среды;
 - 1.2.8. _____
-

1.3. Указанные в п. 1.2 цели использования Пожертвования соответствуют целям благотворительной деятельности, определенным в статье 2 Федерального закона от 11.08.1995 № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях».

2. Права и обязанности сторон

2.1. Жертвователю перечисляет на расчетный счет Одаряемого Пожертвование в течение _____ дней с момента подписания настоящего Договора.

2.2. Одаряемый вправе в любое время до перечисления Пожертвования от него отказаться. Отказ Одаряемого от Пожертвования должен быть совершен в письменной форме. В таком случае настоящий Договор считается расторгнутым с момента получения Жертвователем письменного отказа.

2.3. Одаряемый обязан использовать Пожертвование исключительно в целях, указанных в п. 1.2. настоящего Договора. В соответствии с п. 3 ст. 582 ГК РФ одаряемый обязан вести обособленный учет всех операций по использованию Пожертвования. Об использовании Пожертвования он обязан предоставить Жертвователю письменный отчет, а также давать Жертвователю возможность знакомиться с финансовой, бухгалтерской и иной документацией, подтверждающей целевое использование Пожертвования.

2.4. Если использование Пожертвования в соответствии с целями, указанными в п. 1.2 настоящего Договора, становится невозможным вследствие изменившихся обстоятельств, то Пожертвование может быть использовано Одаряемым в других целях только с письменного согласия Жертвователя.

3. Ответственность Одаряемого

3.1. Использование Пожертвования или его части не в соответствии с оговоренными в п. 1.2. настоящего договора целями ведет к от-

мене договора пожертвования. В случае отмены договора пожертвования Одаряемый обязан возвратить Жертвователю Пожертвование.

4. Прочие условия

4.1. Настоящий договор вступает в силу с момента его подписания сторонами.

4.2. Все разногласия, вытекающие из настоящего Договора, будут по возможности разрешаться сторонами путем переговоров и разрешаются в порядке, определенным гражданским процессуальным законодательством РФ.

4.3. Все изменения и дополнения к настоящему Договору должны быть составлены в письменной форме и подписаны уполномоченными представителями сторон.

4.4. Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, имеющих равную юридическую силу — по одному для каждой из сторон.

5. Адреса и реквизиты сторон

Жертвователь Ф.И.О. _____ Адрес _____ _____ _____ _____ _____/_____/_____	Одаряемый МБОО «...» Адрес: ... Банковские реквизиты: ... Заведующий МБОО «...» _____ М.И. Иванова _____/_____/_____
---	--

Отчет
о направлениях расходования средств поступивших в виде
пожертвований от физических и юридических лиц,
по состоянию на 01.12.2015 г.

в рублях

Показатели	Сумма
Средства поступившие в виде пожертвований	1271500,00
Направления расходования средств всего, в том числе:	1271500,00
Оплата услуг связи	5847,00
Оплата работ, услуг по содержанию имущества (ремонт помещений колледжа)	859161,00
Оплата услуг по проведению различных семинаров, конференций, слетов, культурно-массовых мероприятий	117000,00
Приобретение подарочной продукции (грамоты, дипломы)	18862,00
Приобретение основных средств (компьютерная техника)	78090,00
Приобретение материальных запасов для нужд колледжа(средства чистящие и моющие, ГСМ, канцелярские товары)	192540,00

Директор колледжа

Главный бухгалтер



А.Н. Комаринских

Т.С. Осколкова

УСТАВ
Благотворительного фонда «Развитие»
Омского авиационного колледжа»
г. Омск 2015 год

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Благотворительный фонд «Развитие Омского авиационного колледжа», в дальнейшем именуемый Фонд, является не имеющей членства унитарной некоммерческой организацией, учрежденной физическими лицами на основе добровольных имущественных взносов, преследующей социальные, благотворительные, культурные, образовательные и иные общественно полезные цели⁸⁴.

⁸⁴ Правовое положение некоммерческих унитарных организаций регулируется параграфом 7 «Некоммерческие унитарные организации» главы 4 Гражданского кодекса РФ (ГК РФ). Некоммерческие унитарные организации — это юридические лица, не имеющие членства, которые не преследуют извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности. К некоммерческим унитарным организациям относятся:

Фонды — унитарная некоммерческая организация, не имеющая членства, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов и преследующая благотворительные, культурные, образовательные или иные социальные, общественно полезные цели.

Учреждения — унитарная некоммерческая организация, созданная собственником для осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера.

Автономные некоммерческие организации — унитарная некоммерческая организация, не имеющая членства и созданная на основе имущественных взносов граждан и (или) юридических лиц в целях предоставления услуг в сферах образования, здравоохранения, культуры, науки и иных сферах некоммерческой деятельности.

Некоммерческие организации подразделяются на две группы: некоммерческие корпоративные организации и некоммерческие унитарные организации. Основное различие между ними в том, что некоммерческие корпоративные организации имеют членов, которые участвуют в управлении НКО, а некоммерческие унитарные организации не имеют членства.

Аналогичное деление на корпоративные и унитарные организации и у коммерческих организаций.

Полное наименование Фонда: Благотворительный фонд «Развитие Омского авиационного колледжа». Сокращенное наименование: БФ «Омавиат».

Деятельность Фонда осуществляется в рамках Конституции РФ, в соответствии с Гражданским кодексом РФ, Федеральными законами «О некоммерческих организациях», «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях», другими законодательными и нормативно-правовыми актами Российской Федерации и настоящим Уставом.

Имущество, переданное Фонду его Учредителями, является собственностью Фонда.

Фонд является юридическим лицом, не имеющим в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли для ее распределения между Учредителями и участниками Фонда в качестве их доходов. В случае получения дохода в результате какой-либо деятельности Фонда он должен направляться на реализацию уставных целей.

Фонд использует имущество для целей, определенных в его Уставе. Фонд вправе заниматься приносящей доход деятельностью, необходимой для достижения общественно полезных целей, ради которых создан Фонд. Для осуществления приносящей доход деятельности Фонд вправе создавать хозяйственные общества.

Фонд обязан ежегодно публиковать отчеты об использовании своего имущества.

Фонд приобретает права юридического лица с момента его государственной регистрации. Фонд имеет самостоятельный баланс, круглую печать с полным наименованием Фонда на русском языке, штампы и бланки со своим наименованием. Фонд вправе в установленном порядке открывать счета в банках на территории Российской Федерации.

Фонд имеет в собственности обособленное имущество, отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде, арбитражном и третейском судах.

Фонд осуществляет владение, пользование и распоряжение своим имуществом в соответствии с Уставом.

Фонд отвечает по своим обязательствам имуществом, на которое по закону может быть обращено взыскание.

Фонд не отвечает по обязательствам государства, своих учредителей и участников.

Фонд создается без ограничения срока деятельности.

Местонахождение Фонда: Россия, 644100, г. Омск, ул. Химиков 32 корп. 1 кв.35.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ФОНДА

Основной целью создания Фонда является формирование имущества Фонда на основе добровольных имущественных взносов и других не запрещенных законом поступлений и использование данного имущества на обеспечение, развитие и совершенствование процесса образования и воспитания молодежи в бюджетном профессиональном образовательном учреждении Омской области «Омский авиационный колледж» (далее по тексту — колледж).

Основным предметом деятельности Фонда являются:

Поддержка, оказание содействия организации и совершенствованию образовательного процесса в колледже, созданию благоприятных и комфортных условий обучения и воспитания его обучающихся.

Содействие развитию материально-технической базы колледжа.

Пропаганда приоритетных духовных и нравственных начал в жизни общества.

Содействие в развитии взаимоотношений между колледжем, семьей и окружающим местным сообществом.

Осуществление иной деятельности, соответствующей целям и задачам Фонда и не запрещенной действующим законодательством РФ.

Для достижения уставных целей и предмета своей деятельности Фонд имеет право:

Свободно распространять информацию о своей деятельности.

Проводить мероприятия и благотворительные программы совместно с колледжем и иными заинтересованными гражданами и организациями.

Осуществлять организацию в интересах Фонда, а также для нужд развития колледжа, добровольного труда участников Фонда, в том чис-

ле тех, кто в силу своего материального положения не могут иным способом участвовать в благотворительной деятельности Фонда.

Обеспечивать участие колледжа в различных мероприятиях (студенческие конференции, выставки и т.п.).

Оказывать материальную помощь обучающимся колледжа.

Учреждать премии, стипендии, пособия, гранты и иные виды финансовой помощи и поощрения студентам колледжа.

Проводить разовые практические семинары, лекции, конференции, выставки, конкурсы, аукционы, спортивные и иные мероприятия.

Осуществлять информационно-рекламную, издательскую и иную просветительскую деятельность, в том числе в СМИ.

Осуществлять в полном объеме полномочия, предусмотренные законодательством о некоммерческих организациях.

Выступать с инициативами по различным вопросам общественной жизни, вносить предложения и подавать запросы в органы государственной власти.

Самостоятельно разрабатывать и утверждать планы и программы своей деятельности.

Способствовать развитию творческих способностей, патриотизма и чувства ответственности среди студенчества.

Принимать участие в конкурсах, аукционах, проводимых среди некоммерческих организаций

Осуществлять приносящую доход деятельность в рамках действующего законодательства.

Осуществлять иные права, предусмотренные в настоящем Уставе и законодательстве РФ.

УЧРЕДИТЕЛИ И УЧАСТНИКИ ФОНДА

Учредителями Фонда являются граждане Российской Федерации. Учредители выполняют свои обязанности в этой организации в качестве добровольцев.

Учредители и Исполнительный директор Фонда не вправе занимать штатные должности в администрации коммерческих и некоммерческих организаций, учредителем (участником) которых является Фонд.

Участниками благотворительной деятельности Фонда являются граждане и (или) юридические лица, принимающие участие в деятель-

ности Фонда как путем внесения добровольных пожертвований, предоставление в безвозмездное пользование имущества, так и путем оказания организационного и иного содействия Фонду при осуществлении им своей уставной деятельности.

Участниками благотворительной деятельности Фонда на добровольной основе могут быть полностью дееспособные граждане и юридические лица, изъявившие желание быть участниками благотворительной деятельности Фонда.

Участники благотворительной деятельности Фонда имеют равные права и несут равные обязанности.

Участники благотворительной деятельности Фонда имеют право:

участвовать во всех видах его деятельности;

получать финансовую, консультационную, экспертную, посредническую, научно-техническую помощь, соответствующую целям и задачам Фонда, на условиях, обусловленных общим собранием учредителей Фонда, а также договорами;

устанавливать и развивать через Фонд двусторонние и многосторонние связи

пользоваться защитой своих интересов со стороны Фонда в рамках его прав, юридических и экономических возможностей;

избирать и быть избранным в руководящие и контрольно-ревизионные органы Фонда;

получать в Фонде любую информацию по вопросам деятельности Фонда;

безвозмездно на добровольной основе выполнять работы и (или) оказывать услуги в рамках благотворительной деятельности Фонда;

в любое время прекратить свое участие в работе Фонда.

Участники Фонда обязаны:

содействовать достижению целей и решению задач, стоящих перед Фондом;

принимать участие в реализации мероприятий и благотворительных программ Фонда в порядке, определяемом данными программами и решениями руководящих органов Фонда;

соблюдать положения настоящего Устава, выполнять решения руководящих органов и должностных лиц Фонда;

не разглашать конфиденциальную информацию о деятельности Фонда;

воздерживаться от действий, которые могут нанести ущерб престижу Фонда.

Условия участия добровольца в благотворительной деятельности Фонда могут быть закреплены в гражданско-правовом договоре, который заключается между Фондом и добровольцем и предметом которого являются безвозмездное выполнение добровольцем работ и (или) оказание услуг в рамках благотворительной деятельности Фонда.

Фонд ведет учет участников благотворительной деятельности Фонда в отдельном реестре.

УПРАВЛЕНИЕ ФОНДОМ

Высшим органом управления Фонда является общее собрание учредителей Фонда. Основная функция общего собрания учредителей — обеспечение соблюдения Фондом целей, в интересах которых он был создан.

Общее собрание учредителей собирается на свои заседания по мере необходимости, но не реже одного раза в полгода. Заседание правомочно, если на нем присутствует более половины учредителей.

Внеочередное заседание общего собрания учредителей может быть созвано по ходатайству:

- Попечительского совета;
- Исполнительного директора;
- Ревизора;
- 1/3 учредителей Фонда.

Общее собрание учредителей правомочно принимать решения по любым вопросам деятельности Фонда.

К исключительной компетенции общего собрания учредителей относится:

- Внесение дополнений и изменений в Устав Фонда;
- Определение приоритетных направлений деятельности Фонда, принципов образования и использования его имущества;
- Назначение Исполнительного директора Фонда и решение вопроса о досрочном прекращении его полномочий;

Назначение Ревизора Фонда и решение вопроса о досрочном прекращении его полномочий;

Утверждение состава Попечительского совета Фонда;

Утверждение мероприятий и благотворительных программ Фонда;

Утверждение годового плана, бюджета Фонда и годового отчета;

Рассмотрение и утверждение сметы расходов Фонда;

Утверждение финансового плана Фонда и внесение в него изменений;

Утверждение локальных актов Фонда;

Рассмотрение отчетов Исполнительного директора и Ревизора Фонда;

Принятие решений о создании Фондом хозяйственных обществ;

Одобрение совершаемых Фондом сделок в случаях, предусмотренных законодательством

Принятие решений о создании филиалов и открытии представительств Фонда;

Решения по всем вопросам принимаются общим собранием учредителей простым большинством голосов присутствующих на его заседании учредителей Фонда. Решения по вопросам исключительной компетенции принимаются квалифицированным большинством голосов не менее, чем 2/3 от общего числа присутствующих на заседании учредителей.

Для оперативной работы общего собрания учредителей Фонда из их числа большинством голосов избирается Председатель, который осуществляет руководство собраниями, созывает и председательствует на них.

Для оперативного управления деятельностью Фонда общим собранием учредителей Фонда назначается Исполнительный директор сроком на два года. Исполнительный директор является единоличным исполнительным органом Фонда. Полномочия Исполнительного директора могут быть прекращены досрочно по решению общего собрания учредителей Фонда.

Компетенция Исполнительного директора:

Осуществляет практическое текущее руководство деятельностью Фонда;

Подотчетен общему собранию учредителей Фонда, правомочен решать все вопросы деятельности Фонда, которые не отнесены к исключительной компетенции общего собрания учредителей Фонда;

Обеспечивает выполнение решений общего собрания учредителей;

Решает вопросы хозяйственной и финансовой деятельности Фонда;

Без доверенности действует от имени Фонда, представляет его во взаимоотношениях с органами государственной власти, органами местного самоуправления, учреждениями, организациями и предприятиями как на территории Российской Федерации, так и за рубежом;

Организует ведение бухгалтерского учета и отчетности Фонда;

Несет ответственность за ежегодное опубликование отчетов Фонда;

Распоряжается в пределах утвержденной сметы средствами Фонда;

Заключает договоры, контракты и соглашения, совершает другие юридические действия от имени Фонда, приобретает имущество и управляет им;

Утверждает штатное расписание Фонда;

Определяет условия оплаты труда штатных работников Фонда, принимает и увольняет штатных работников Фонда;

Издает приказы, распоряжения и указания, обязательные для всех штатных работников Фонда;

Выдает необходимые доверенности;

Несет в пределах своей компетенции персональную ответственность за использование средств и имущества Фонда в соответствии с его уставными целями и задачами;

Осуществляет контроль за деятельностью филиалов и представительств Фонда;

Осуществляет материально-техническое обеспечение деятельности Фонда;

Организует ведение реестра участников Фонда;

Проводит работу с участниками Фонда;

Готовит предложения по благотворительным программам и мероприятиям Фонда, организует их реализацию;

Представляет общему собранию учредителей ежеквартальный отчет о проделанной работе;

Организует работу по осуществлению Фондом приносящей доход деятельности, привлечение дополнительных источников финансовых и материальных средств;

Осуществляет контроль за исполнением договорных обязательств;

Осуществляет иные полномочия, возложенные на него общим собранием учредителей Фонда.

ПОПЕЧИТЕЛЬСКИЙ СОВЕТ

Попечительский совет — орган Фонда, осуществляющий надзор за деятельностью Фонда, принимаемыми решениями и обеспечением их исполнения, за использованием средств Фонда и соблюдением законодательства РФ.

Попечительский совет формируется общим собранием учредителей Фонда в количестве пяти человек сроком на два года и действует на общественных началах. При досрочном выбытии из состава Попечительского совета отдельных его членов, а также в случае окончания сроков полномочий всего состава Попечительского совета, в члены Попечительского совета приглашаются наиболее достойные участники Фонда.

Членами Попечительского совета не могут быть не могут быть должностные лица Фонда;

Попечительский совет:

Обеспечивает надзор за деятельностью Фонда;

Осуществляет надзор за принятием общим собранием учредителей и Исполнительным директором Фонда решений и обеспечением их исполнения;

Обеспечивает надзор за использованием средств Фонда;

Осуществляет надзор за соблюдением Фондом, его участниками и должностными лицами настоящего Устава и законодательства РФ;

Осуществляет консультирование по вопросам соответствия разрабатываемых программ уставным целям.

Для реализации своих функций Попечительский совет вправе:

Знакомиться со всеми внутренними документами, принимаемыми и издаваемыми общим собранием учредителей, Исполнительным директором и Ревизором Фонда;

Получать разъяснения от любых лиц, относящихся к персоналу Фонда;

Знакомиться с бухгалтерскими документами Фонда.

Попечительский совет собирается не реже одного раза в год.

Решения Попечительского совета принимаются простым большинством голосов, если на заседании присутствует более половины его членов. Принятые решения носят рекомендательный характер.

РЕВИЗОР

Контроль за финансово-хозяйственной деятельностью Фонда, правильностью и эффективностью использования его средств и имущества осуществляет ревизор, назначаемый общим собранием учредителей Фонда сроком на два года.

Ревизор осуществляет ежегодные проверки финансово-хозяйственной деятельностью, дает заключение по ежегодным балансам Фонда.

Ревизор вправе требовать от должностных лиц Фонда представления всех необходимых документов и личных объяснений.

Ревизор представляет отчеты общему собранию учредителей Фонда не реже одного раза в год. Отчет предоставляется не позднее, чем через один месяц после окончания финансового года.

ФИЛИАЛЫ И ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА

Фонд вправе создавать филиалы и открывать представительства на территории РФ с соблюдением требований законодательства РФ в соответствии с решением общего собрания учредителей Фонда.

Филиалы и представительства не являются юридическими лицами, наделяются имуществом Фонда и действуют на основании соответствующего Положения, утвержденного общим собранием учредителей Фонда. Имущество филиала и представительства учитывается на отдельном балансе и на балансе Фонда.

Руководители филиалов и представительств назначаются Исполнительным директором Фонда и действует на основании доверенности.

ИМУЩЕСТВО, ИСТОЧНИКИ ЕГО ФОРМИРОВАНИЯ И ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ФОНДА

В собственности Фонда могут находиться в соответствии с действующим законодательством РФ здания, строения, сооружения, жи-

личный фонд, транспорт, оборудование, инвентарь, имущество культурно-просветительского и оздоровительного назначения, денежные средства, акции, другие ценные бумаги и иное имущество. Фонд может иметь земельные участки в собственности или на ином праве в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

Источниками формирования имущества Фонда в денежной и иных формах являются:

Взносы учредителей Фонда;

Регулярные и единовременные поступления от участников Фонда;

Благотворительные пожертвования, в том числе гранты, предоставляемые гражданами и юридическими лицами в денежной и натуральной форме;

Доходы от внереализационных операций, включая доходы от ценных бумаг;

Поступления от деятельности по привлечению ресурсов (поведение кампаний по привлечению благотворителей и добровольцев, включая организацию развлекательных, культурных, спортивных и иных массовых мероприятий, проведение кампаний по сбору благотворительных пожертвований, проведение лекций, выставок, лотерей и аукционов в соответствии с действующим законодательством и иных мероприятий);

Поступления от оказания услуг, выполнения работ;

Поступления из бюджетов всех уровней;

Поступления от приносящей доход деятельности;

Доходы от деятельности хозяйственных обществ, учрежденных Фондом;

Труд добровольцев;

Другие, не запрещенные законом поступления.

Фонд вправе заниматься приносящей доход деятельностью, необходимой для достижения общественно полезных целей, ради которых Фонд создан, и соответствующей им. Для осуществления приносящей доход деятельности Фонд вправе создавать хозяйственные общества или участвовать в них.

Все имущество Фонда, доходы от приносящей доход деятельности являются собственностью Фонда и не могут перераспределяться между

его учредителями и участниками, должны использоваться только для достижения уставных целей Фонда.

Фонд может совершать в отношении находящегося в его собственности или на ином вещном праве имущества любые сделки, не противоречащие действующему законодательству, настоящему Уставу и соответствующие уставным целям Фонда.

Учредители Фонда не обладают правом собственности на имущество Фонда, в том числе на ту его часть, которая образовалась за счет их взносов и пожертвований.

Фонд не вправе использовать на оплату труда управленческого персонала более 20 процентов финансовых средств, расходуемых Фондом за финансовый год.

В случае, если благотворителем или благотворительной программой не установлено иное, не менее 80 процентов благотворительного пожертвования в денежной форме должно быть использовано на благотворительные цели в течение года с момента получения Фондом этого пожертвования. Благотворительные пожертвования в натуральной форме направляются на благотворительные цели в течение одного года с момента их получения, если иное не установлено благотворителем или благотворительной программой.

Фонд ведет бухгалтерский учет, предоставляет бухгалтерскую и статистическую отчетность в порядке, установленном законодательством РФ.

Фонд несет ответственность за сохранность документов (управленческих, финансово-хозяйственных, по личному составу), хранит и использует в установленном порядке документы по личному составу.

По месту нахождения постоянного исполнительного органа — Исполнительного директора — Фонд хранит следующие документы:

Свидетельство о государственной регистрации Фонда;

Устав и изменения в нем, зарегистрированные в установленном законом порядке;

Протоколы заседаний общего собрания учредителей Фонда;

Приказы;

Договоры;

Документы бухгалтерской отчетности, а также другие документы, хранение которых предусмотрено законодательством.

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ

Благотворительной программой является комплекс мероприятий, утвержденных общим собранием учредителей Фонда и направленных на решение конкретных задач, соответствующих уставным целям Фонда.

Благотворительная программа включает смету предполагаемых поступлений и планируемых расходов (включая оплату труда лиц, участвующих в реализации благотворительной программы), устанавливает этапы и сроки ее реализации.

На финансирование благотворительных программ (включая расходы на их материально-техническое, организационное и иное обеспечение, на оплату труда лиц, участвующих в реализации благотворительных программ, и другие расходы, связанные с реализацией благотворительных программ) должно быть использовано не менее 80 процентов поступивших за финансовый год доходов от внереализационных операций, поступлений от учрежденных Фондом хозяйственных обществ и доходов от разрешенной законом предпринимательской деятельности. При реализации долгосрочных благотворительных программ поступившие средства используются в сроки, установленные этими программами.

ПРЕКРАЩЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФОНДА

Деятельность Фонда может быть прекращена путем его ликвидации.

Фонд может быть ликвидирован только по решению суда в случае:

Если имущества Фонда недостаточно для осуществления его целей и вероятность получения необходимого имущества нереальна;

Если цели Фонда не могут быть достигнуты, а необходимые изменения целей Фонда не могут быть произведены;

В случае уклонения Фонда в его деятельности от целей, предусмотренных его уставом;

В других случаях, предусмотренных федеральным законом.

Имущество и средства Фонда при ликвидации, после удовлетворения требований кредиторов направляются на уставные цели Фонда и не

подлежат перераспределению между учредителями и участниками Фонда.

Документы Фонда по личному составу штатного аппарата после ликвидации Фонда передаются на хранение в установленном законом порядке в государственный архив.

Решение о ликвидации Фонда направляется в зарегистрировавший Фонд орган для исключения его из Единого государственного реестра юридических лиц.

Ликвидация Фонда считается завершённой, а Фонд — прекратившим свое существование после внесения об этом записи в Единый государственный реестр юридических лиц.

ПОРЯДОК ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ К УСТАВУ

Изменения и дополнения к Уставу утверждаются на общем собрании учредителей 2/3 голосов присутствующих на нем учредителей и подлежит государственной регистрации.

Государственная регистрация изменений и дополнений к Уставу Фонда осуществляется в порядке, установленном действующим законодательством Российской Федерации.

Изменения и дополнения к Уставу Фонда вступают в силу с момента их государственной регистрации.

ПОЛОЖЕНИЕ О КЛУБЕ ВОЛОНТЕРОВ

Ульяновский медицинский колледж

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Настоящее положение:

-устанавливает основы регулирования волонтерской деятельности студентов Областного государственного бюджетного образовательного учреждения среднего профессионального образования ульяновского медицинского колледжа (далее колледж);

-определяет направления деятельности волонтеров;

-определяет возможные формы поддержки добровольного движения управляющим советом колледжа

Волонтерство — институт формирования и развития социальной активности, повышения уровня осознанности жизни и личностной ответственности, воспитания честности, справедливости, дружбы, верности, милосердия, ответственности, созидательности, терпимости, трудолюбия, умеренности, добра. Клуб волонтеров представляет собой добровольную консолидированную социально полезную деятельность.

Волонтер — это человек, который своим участием на добровольной, безвозмездной основе оказывает посильную помощь окружающим.

Клуб волонтеров — самостоятельная организация, не являющаяся юридическим лицом. Создается на базе колледжа из числа студентов и преподавателей.

Клуб волонтеров осуществляет свою деятельность согласно плану работы.

Состав участников и руководитель определяются на основе свободного выбора, и утверждается приказом директора колледжа.

В своей деятельности клуб волонтеров руководствуется действующим законодательством РФ, Уставом колледжа, а также настоящим положением.

Деятельность волонтеров направлена на:

Пропаганду здорового образа жизни

Защиту окружающей среды

Формирование социальных навыков и общих компетенций

Пропаганду бережного отношения к историко-культурному наследию региона, страны

1. Цели и задачи

Главная цель создания клуба волонтеров — создание условий для всестороннего развития студентов в различных сферах жизни. Данная цель реализуется через включение членов организации в реальную социально-значимую многопрофильную деятельность.

Цель деятельности:

Формирование здорового жизненного стиля, высокоэффективных поведенческих стратегий и личностных ресурсов молодежи.

2. Задачи:

Повышение уровня информированности молодежи по профилактике ВИЧ/СПИД, ИППП и других социально-обусловленных заболеваний.

Пропаганда в подростковой среде здорового образа жизни и формирование жизненных навыков, обязательных для противостояния вредным привычкам;

Изменение ценностной ориентации подростков и формирование личной ответственности за свое поведение;

Развитие системы организованного досуга и отдыха молодежи;

Взаимодействие с семьями;

Обучение навыкам социально поддерживающего и развивающего поведения в семье;

Формирование у молодежи нравственных качеств, представлений об общечеловеческих ценностях здорового образа жизни.

3. Участники клуба

Участниками волонтерского движения могут быть подростки и взрослые добровольно принимающие идеи волонтерского движения и давшие согласие реализовать их в своей жизнедеятельности.

4. Структура клуба

4.1. Председатель клуба — избирается советом клуба, открытым голосованием.

Осуществляет следующие полномочия.

-представляет интересы клуба во взаимоотношениях с органами государственной власти и местного самоуправления;

-обеспечивает выполнения решений во всех собраниях;

-осуществляет общее руководство и текущее планирование деятельности клуба, открывает общее собрание и ведет заседания клуба;

-распределяет обязанности между членами клуба;

-делегировать часть своих полномочий координаторам клуба;

-во время отсутствия председателя его обязанности исполняет один из координаторов по поручению Председателя клуба.

4.2. Координаторы клуба — назначаются сроком на один год из числа добровольцев:

-студентов старших курсов

-преподавателей колледжа

Количественный состав определяется на общем собрании. Координаторы отвечают за сферу деятельности, порученную председателем клуба.

4.4. Виды работ:

поведенческие тренинги

тренинг личностного роста

дискуссии

ролевые игры

тестирование

викторины

конкурсы

индивидуальные консультации

круглые столы

мозговой штурм

Главная идея профилактической деятельности «Не навреди».

5. Партнерские взаимоотношения

5.1. Министерства образования и науки Ульяновской области

5.2. Администрация Заволжского района г. Ульяновска

5.3. Центр иппотерапии «Лучик»

5.4. Средние образовательные учреждения г. Ульяновска и области

5.5. ГУЗ Центр СПИД г. Ульяновска

5.6. МУЗ ГКБ №1 г. Ульяновска

5.7. МУЗ ЦГКБ г. Ульяновска

10. Формы поощрения участников движения

10.1. Объявление Благодарности;

10.2. Вручение Почетной грамоты, диплома;

10.3. Запись в личное дело студента;

10.4. Вручение поощрительных призов (посещение культурно-развлекательных мероприятий, туристические поездки, материальные выплаты).

ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС КОЛЛЕДЖА

«Брянский строительный колледж имени профессора
Н.Е. Жуковского»⁸⁵

Кодекс профессиональной этики педагога Государственного бюджетного образовательного учреждения среднего профессионального образования «Брянский строительный колледж имени профессора Н.Е. Жуковского» (ГБОУ СПО «БСК»)

КОДЕКС ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ ПЕДАГОГА

1. Общие положения

1.1. Кодекс профессиональной этики педагогических работников государственного бюджетного образовательного учреждения среднего профессионального образования «Брянский строительный колледж имени профессора Н.Е. Жуковского» (далее — Кодекс), разработан на основании:

- Конституции Российской Федерации;
- Федерального закона № 273-ФЗ от 29 декабря 2012 г. «Об образовании в Российской Федерации»;
- Указа Президента Российской Федерации № 597 от 7 мая 2012 г. «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики»;
- Модельного кодекса профессиональной этики педагогических работников организаций, осуществляющих образовательную деятельность № 5324п-П12 от 28.09.2012 г., утвержденного Заместителем Председателя Правительства Российской Федерации Голодец О.Ю.;
- Устава Государственного бюджетного образовательного учреждения среднего профессионального образования «Брянский строительный колледж имени профессора Н.Е. Жуковского», утвержденный приказом Департамента общего и профессионального образования Брянской области № 40 от 16 января 2012 года.

⁸⁵ Источник: http://www.bstex.ru/images/Normativno-pravjvaya%20dokumentaciya/Pologeniya/2015/Kodeks_professionalnoi_etiki.pdf

- иных нормативных правовых актов Российской Федерации.

1.2. Кодекс представляет собой свод общих принципов профессиональной этики и основных правил поведения, которым руководствуются педагогические работники, осуществляющие образовательную деятельность (далее — педагогические работники), независимо от занимаемой ими должности в Колледже.

1.3. Педагогическому работнику, который состоит в трудовых отношениях с Колледжем, и выполняет обязанности по обучению, воспитанию обучающихся и (или) организации образовательной деятельности, рекомендуется соблюдать положения Кодекса в своей деятельности.

1.4. Целями Кодекса являются:

- установление этических норм и правил поведения педагогических работников для выполнения ими своей профессиональной деятельности;
- содействие укреплению авторитета педагогических работников организаций, осуществляющих образовательную деятельность;
- обеспечение единых норм поведения педагогических работников.

1.5. Кодекс призван повысить эффективность выполнения педагогическими работниками своих трудовых обязанностей.

1.6. Кодекс служит основой для формирования взаимоотношений в системе образования, основанных на нормах морали, уважительном отношении к педагогической деятельности в общественном сознании, самоконтроле педагогических работников.

1.7. Основу данного Кодекса составляют следующие основные принципы:

- человечность;
- справедливость;
- профессиональность;
- ответственность;
- терпимость;
- демократичность;
- партнерство;

- солидарность.

1.8. Знание и соблюдение норм настоящего Кодекса является нравственным долгом каждого педагогического работника Колледжа и обязательным критерием оценки качества его профессиональной деятельности.

1.9. Каждому педагогическому работнику следует принимать все необходимые меры для соблюдения Кодекса, а каждый участник образовательных отношений вправе ожидать от педагогического работника поведения в отношении с ним в соответствии с настоящим Кодексом.

1.10. Педагогический работник, осуществляющий педагогическую деятельность или поступающий на работу в ГБОУ СПО «Брянский строительный колледж имени профессора Н.Е. Жуковского», вправе, изучив содержание настоящего Кодекса, принять для себя его нормы или отказаться от педагогической деятельности в Колледже.

2. Обязательства педагогических работников как педагогов

2.1. Педагогические работники при всех обстоятельствах должны сохранять честь и достоинство, присущие их деятельности.

2.2. В процессе своей профессиональной деятельности педагогические работники должны соблюдать следующие принципы:

- законность;
- профессионализм;
- компетентность;
- ответственность;
- справедливость;
- честность;
- гуманность;
- демократичность;
- объективность;
- взаимоуважение;
- конфиденциальность.

2.3. Педагогические работники, осознавая ответственность перед гражданами,

обществом и государством, призваны:

- оправдывать доверие и уважение общества к своей профессиональной деятельности, прилагать усилия для повышения ее престижа;

- исполнять должностные обязанности добросовестно и на высоком профессиональном уровне в целях обеспечения эффективной работы Колледжа;

- исходить из того, что признание, соблюдение и защита прав и свобод человека и гражданина определяют основной смысл и содержание деятельности как колледжа в целом, так и каждого педагогического работника;

- осуществлять деятельность в пределах своих полномочий;

- соблюдать беспристрастность, исключая возможность влияния на свою профессиональную деятельность решений политических, общественных, религиозных объединений, профессиональных или социальных групп и организаций;

- исключать действия, связанные с влиянием каких-либо личных, имущественных (финансовых) и иных интересов, препятствующих добросовестному исполнению должностных обязанностей;

- уведомлять администрацию Колледжа обо всех случаях обращения к ним каких-либо лиц в целях склонения к совершению коррупционных правонарушений;

- соблюдать установленные действующим законодательством ограничения и запреты, исполнять обязанности, связанные с педагогической деятельностью;

- проявлять корректность и внимательность в обращении с участниками отношений в сфере образования;

- способствовать межнациональному и межконфессиональному согласию;

- придерживаться правил делового поведения и этических норм, связанных с осуществлением возложенных на Колледж социальных функций;

- принимать предусмотренные законодательством Российской Федерации меры по недопущению возникновения и урегулированию возникших случаев конфликта интересов;

- быть требовательными к себе, стремиться к самосовершенствованию;

- обеспечивать регулярное обновление и развитие профессиональных знаний и навыков;

- поддерживать все усилия по продвижению демократии и прав человека через образование;
- не терять чувство меры и самообладания;
- соблюдать правила русского языка, культуру своей речи, не допускать использования ругательств, грубых и оскорбительных высказываний;
- постоянно стремиться к как можно более эффективному распоряжению ресурсами, находящимися в сфере их ответственности;
- соблюдать деловой стиль, опрятность, аккуратность и чувство меры во внешнем виде;
- поддерживать порядок на рабочем месте.

2.4. Важным показателем профессионализма педагогических работников является культура речи, проявляющаяся в их умении грамотно, доходчиво и точно

передавать мысли, придерживаясь следующих речевых норм:

- ясности, обеспечивающей доступность и простоту в общении;
- грамотности, основанной на использовании общепринятых правил русского литературного языка;
- содержательности, выражающейся в продуманности, осмысленности и информативности обращения;
- логичности, предполагающей последовательность, непротиворечивость и обоснованность изложения мыслей;
- доказательности, включающей в себя достоверность и объективность информации;
- лаконичности, отражающей краткость и понятность речи;
- уместности, означающей необходимость и важность сказанного применительно к конкретной ситуации.

2.5. В процессе своей профессиональной деятельности педагогические работники обязаны воздерживаться от:

- поведения, которое могло бы вызвать сомнение в добросовестном исполнении педагогическим работником своих должностных обязанностей, а также избегать конфликтных ситуаций, способных нанести ущерб их репутации или авторитету Колледжа;

- пренебрежительных отзывов о деятельности Колледжа или проведения необоснованных сравнений его с другими образовательными организациями;
- преувеличения своей значимости и профессиональных возможностей;
- проявления лицемерия и лжи;
- любого вида высказываний и действий дискриминационного или оскорбительного характера по признакам пола, возраста, расы, национальности, языка, гражданства, социального, имущественного или семейного положения, политических или религиозных предпочтений;
- резких и циничных выражений оскорбительного характера, связанных с физическими недостатками человека;
- грубости, злой иронии, пренебрежительного тона, заносчивости, предвзятых замечаний, предъявления неправомерных, незаслуженных обвинений;
- угроз, оскорбительных выражений или реплик, действий, препятствующих нормальному общению или провоцирующих противоправное поведение;
- пренебрежения правовыми и (или) моральными нормами, использования средств, не соответствующих требованиям закона, нравственным принципам и нормам.

2.6. Педагогическим работникам необходимо принимать меры по обеспечению безопасности и конфиденциальности информации, за несанкционированное разглашение, которой они несут ответственность или которая стала им известна в связи с исполнением своих должностных обязанностей.

2.7. Педагогическим работникам во время исполнения должностных обязанностей запрещается появление в состоянии алкогольного и (или) наркотического опьянения.

2.8 Во время учебных занятий и любых официальных мероприятий не допускаются телефонные переговоры, звуковые сигналы мобильных телефонов должны быть отключены.

2.9. Внешний вид педагогических работников Колледжа при выполнении ими трудовых обязанностей должен способствовать уважительному отношению к педагогическим работникам и Колледжу. Спо-

собствовать общепринятому деловому стилю, который отличают официальность, сдержанность, аккуратность.

2.10. При разрешении конфликтной ситуации, возникшей между педагогическими работниками, приоритетным является учет интересов Колледжа в целом.

3. Обязательства педагогических работников перед обучающимися

3.1. Педагогические работники в процессе взаимодействия с обучающимися:

- признают уникальность, индивидуальность и определенные личные потребности каждого;
- сами выбирают подходящий стиль общения, основанный на взаимном уважении;
- стараются обеспечить поддержку каждому для наилучшего раскрытия и применения его потенциала;
- выбирают такие методы работы, которые поощряют развитие самостоятельности обучающихся, их инициативности, ответственности, самоконтроля, самовоспитания, желания сотрудничать и помогать другим;
- при оценке поведения и достижений обучающихся стремятся укреплять их самоуважение и веру в свои силы, показывать возможности совершенствования, повышать мотивацию обучения;
- защищают их интересы и прилагают все усилия для того, чтобы защитить их от физического и (или) психологического насилия;
- осуществляют должную заботу и обеспечивают конфиденциальность во всех делах, затрагивающих их интересы;
- прививают им ценности, созвучные с международными стандартами прав человека и культурными традициями России;
- стремятся стать для них положительным примером;
- применяют меры воздействия к обучающимся с соблюдением законодательных и моральных норм.

3.2. В процессе взаимодействия с обучающимися педагогические работники обязаны воздерживаться от:

- навязывания им своих предпочтений;
- предвзятой и необъективной оценки их деятельности и поступков;

- предвзятой и необъективной оценки действий законных представителей обучающихся;

- отказа от объяснения не освоенного обучающимися учебного материала, ссылаясь на их личностные и психологические недостатки, а также из-за отсутствия времени для объяснения (при действительном отсутствии времени необходимо оговорить время консультации, удобное для той и другой стороны);

- проведения на учебных занятиях явной политической или религиозной агитации;

- употребления алкогольных напитков во время исполнения должностных обязанностей;

- курения в помещениях и на территории Колледжа.

4. Обязательства педагогических работников перед законными представителями обучающихся.

4.1. Педагогические работники должны быть ограждены от излишнего или неоправданного вмешательства законных представителей обучающихся в вопросы, которые по своему характеру входят в круг их профессиональных обязанностей.

4.2 Педагогические работники в процессе взаимодействия с законными представителями обучающихся должны:

- консультировать по вопросам образовательного процесса;
- выслушивать обращение по проблеме, задавать вопросы в корректной форме;

- проявлять внимательность, тактичность, доброжелательность, желание помочь;

- относиться почтительно к людям преклонного возраста, ветеранам, инвалидам, оказывать им необходимую помощь;

- высказываться в корректной и убедительной форме;

- если требуется, спокойно, без раздражения повторять и разъяснять смысл сказанного;

- разъяснять при необходимости требования действующего законодательства и локальных актов по обсуждаемому вопросу;

- принимать решение по существу обращения (при недостатке полномочий сообщить координаты полномочного лица);

- помнить, что большинство обратившихся, как правило, столкнулись с трудностями. От того, как их встретят и выслушают, какую окажут помощь, зависит их мнение о педагогических работниках и работе Колледжа в целом.

4.3. В процессе взаимодействия с законными представителями обучающихся педагогические работники не должны:

- заставлять их необоснованно долго ожидать приема;
- перебивать их в грубой форме;
- проявлять раздражение и недовольство по отношению к ним;
- разговаривать по телефону, игнорируя их присутствие;
- разглашать высказанное обучающимися мнение о своих законных представителях.

4.4. Рекомендуются не принимать на свой счет обидных и несправедливых замечаний, неуместных острот, насмешек, не допускать втягивания себя в конфликтную ситуацию или скандал.

4.5. В случае конфликтного поведения со стороны законного представителя обучающегося необходимо принять меры для того, чтобы снять его эмоциональное напряжение, а затем спокойно разъяснить ему порядок решения вопроса.

5. Обязательства педагогических работников перед коллегами

5.1. Взаимоотношения между работниками основываются на принципах коллегиальности, партнерства и уважения. Работник защищает не только свой авторитет, но и авторитет своих коллег. Он не унижает своих коллег в присутствии обучающихся или других лиц.

5.2 Педагогические работники в процессе взаимодействия с коллегами:

- поддерживают атмосферу коллегиальности, уважения их профессионального мнения и убеждений; готовы им предложить совет и помощь;
- помогают им в процессе взаимного оценивания, предусмотренного действующим законодательством и локальными актами Колледжа;
- поддерживают и продвигают их интересы.

5.3. В процессе взаимодействия с коллегами педагогические работники обязаны воздерживаться от:

- пренебрежительных отзывов о работе других педагогических работников или проведения необоснованного сравнения их работы со своей;

- предвзятого и необъективного отношения к коллегам;
- обсуждения их недостатков и личной жизни;
- фамильярности в отношениях с коллегами.

6. Взаимоотношения с администрацией

6.1. Взаимоотношения в Колледже базируются на принципах свободы слова и убеждений, терпимости, демократичности и справедливости. Соблюдается культура общения, выражающаяся во взаимном уважении и доброжелательности.

6.2. Администрация терпимо относится к разнообразию политических, религиозных, философских взглядов работников. Различные статусы работников, квалификационные категории и обязанности не должны препятствовать равноправному выражению всеми работниками своего мнения и защите своих убеждений.

6.3. Работники имеют право получать от администрации информацию, имеющую значение для их работы. Администрация не имеет права скрывать или искажать информацию, которая может повлиять на карьеру работника и на качество его труда. Важные для педагогического общества решения принимаются на основе принципов открытости и общего участия.

6.4. Оценки и решения директора должны быть беспристрастными и основываться на фактах и реальных заслугах работников.

6.5. Педагогические работники выполняют разумные и правомочные указания администрации и имеют право подвергнуть их сомнению в порядке, установленном действующим законодательством.

6.6. В процессе взаимодействия с администрацией педагогические работники обязаны придерживаться норм профессиональной этики.

7. Обязательства администрации Колледжа перед педагогическими Работниками.

7.1. Администрация Колледжа должна быть для других педагогических работников образцом профессионализма, безупречной репутации, призвана формировать в учебном заведении благоприятный для эффективной работы морально-психологический климат.

7.2. Администрация Колледжа должна делать все возможное для полного раскрытия способностей и умений каждого педагогического работника.

7.3. Представителям администрации следует:

- формировать установки на сознательное соблюдение норм настоящего Кодекса;
- быть примером неукоснительного соблюдения принципов и норм настоящего Кодекса;
- своевременно предоставлять педагогическим работникам полный объем информации, необходимой для осуществления ими профессиональной деятельности;
- помогать педагогическим работникам словом и делом, оказывать морально психологическую помощь и поддержку, вникать в запросы и нужды;
- регулировать взаимоотношения в коллективе на основе принципов и норм профессиональной этики;
- соблюдать субординацию;
- пресекать интриги, слухи, сплетни, проявления подлости, лицемерия в коллективе;
- обеспечивать рассмотрение без промедления фактов нарушения норм профессиональной этики и принятие по ним объективных решений;
- способствовать максимальной открытости и прозрачности деятельности колледжа с тем, чтобы не допустить возникновения ситуаций, когда из-за недостатка необходимой информации в обществе или у отдельных граждан появляются сомнения в законности действий педагогических работников.

7.4. Представитель администрации не имеет морального права:

- перекладывать свою ответственность на подчиненных;
- использовать служебное положение в личных интересах;
- проявлять формализм, высокомерие, грубость;
- создавать условия для наущничества и доноительства в коллективе;
- предоставлять покровительство, возможность карьерного роста по признакам родства, землячества, личной преданности, приятельских отношений, религиозной принадлежности;

- демонстративно приближать к себе своих любимцев, делегировать им те или иные полномочия, не соответствующие их статусу;
- незаслуженно их поощрять, награждать;
- необоснованно предоставлять им доступ к материальным и нематериальным ресурсам;
- требовать или собирать информацию о личной жизни педагогического работника, не связанной с выполнением им своих трудовых обязанностей;
- умышленно использовать свои должностные полномочия и преимущества вопреки интересам долга, исходя из корыстной личной заинтересованности.

8. Контроль за соблюдением настоящего Кодекса

Для контроля за соблюдением настоящего Кодекса, поддержки педагогических работников, оказания им консультационной помощи в вопросах профессиональной этики, а также урегулирования спорных ситуаций приказом директора создается Комиссия по урегулированию споров между участниками образовательных отношений. В состав Комиссии включаются наиболее квалифицированные и авторитетные представители педагогических работников.

9. Ответственность за нарушение положений Кодекса
Соблюдение педагогическим работником положений Кодекса может учитываться при проведении аттестации педагогических работников на соответствие занимаемой должности, при применении дисциплинарных взысканий в случае совершения работником, выполняющим функции аморального поступка, несовместимого с продолжением данной работы, а также поощрении работников, добросовестно исполняющих трудовые обязанности.

Положение о деятельности специализированного центра компетенций WSR Web-дизайн Тульской области компетенции WEB-дизайн World Skills Russia

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее Положение о деятельности специализированного центра компетенций WSR в государственном профессиональном образовательном учреждении Тульской области «Тульский экономический колледж» (далее — Положение) разработано в соответствии с уставом Союза «Агентство развития профессиональных сообществ и рабочих кадров «Ворлдскиллс Россия» (далее — Союз), Положением об ассоциированном членстве и определяет статус, основные цели и задачи деятельности специализированного центра компетенций WSR (далее — ЦЦК WSR), организационную структуру ЦЦК WSR, а также права, обязанности и ответственность должностных лиц ЦЦК WSR.

2. СТАТУС ЦЦК WSR Web-дизайн

2.1. Специализированный центр компетенций — центр развития профессий и профессиональных сообществ WSR, тренировочная база региональных и национальной команд WSR, ресурсный центр, обладающий современным оборудованием и технологиями, отвечающими требованиям WSI, а также наличием экспертов для осуществления обучения и оценки соответствующей квалификации по стандартам WSR.

2.2. ЦЦК WSR создан приказом Министерства образования Тульской области от 24.12.2015 года №2686 на базе государственного профессионального образовательного учреждения Тульской области «Тульский экономический колледж»

3. ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ЦЦК Web-дизайн WSR

3.1. Основными целями деятельности ЦЦК WSR являются:
формирование тренировочной инфраструктуры для подготовки конкурентоспособных региональных команд и национальной сборной России для участия чемпионатах WSR и WSI;

формирование экспертного сообщества из числа преподавателей образовательных организаций области и их обучение в соответствии с требованиями WSR;

реализация инновационных условий развития системы профессионального образования Тульской области на уровне требований стандартов WSR и профессиональных стандартов, а также требований работодателей;

содействие развитию в регионе взаимодействия профессионалов и экспертов, способных выявлять и готовить специалистов и профессионалов уровня WSR по актуальному спектру профессий.

3.2. Основными задачами СЦК WSR являются:

подготовка участников, конкурентоспособных региональных команд для участия в чемпионатах WSR и WSI по компетенции Web-дизайн;

обеспечение подготовки резерва для сборной команды Тульской области, национальной команды WSR;

оказание услуг в области профессиональной ориентации и сопровождения профессионального самоопределения;

подготовка профессиональных кадров с ориентацией на международные стандарты World Skills;

обучение экспертов и профессиональное развитие экспертного сообщества по компетенции «Web-дизайн»;

проведение тренировочных сборов и иных мероприятий WSR;

модернизация и эффективное использование материально-технической базы для подготовки профессионалов по компетенции «Web-дизайн» в соответствии с требованиями к участникам чемпионатов WSR и WSI;

создание методической базы для подготовки профессионалов по компетенции «Web-дизайн» по стандартам WSR;

популяризация рабочих профессий на территории Тульской области.

4. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СЦК WSR

4.1. СЦК WSR имеет право:

привлекать на возмездной основе на основании отдельных соглашений с Союзом экспертов WSR и (или) WSI для проведения консультаций;

использовать в своей деятельности методики проведения мероприятий WSR (правила, регламенты, стандарты) для развития системы профессионального образования Тульской области;

формировать тренировочную базу для сборной команды Тульской области по компетенции: «Web-дизайн»;

вносить предложения в Региональный координационный центр «World Skills Russia — Тула» (далее — РКЦ WSR-Тула) по совершенствованию организации деятельности ЦЦК WSR в Тульской области, в том числе по вопросам материально-технического обеспечения деятельности;

запрашивать у РКЦ WSR информацию и документы, необходимые для осуществления деятельности ЦЦК WSR.

4.2. Обязанности ЦЦК WSR:

при осуществлении функций ЦЦК WSR, строго соблюдать цели и задачи движения WSR, предусмотренные уставом Союза и Положением;

обеспечить разработку и утверждение документов, необходимых для деятельности ЦЦК WSR в Тульской области;

использовать в работе современные технические и информационно-методические средства, обеспечивать поддержку их работоспособности;

осуществлять методическую поддержку деятельности специалистов и педагогов по вопросам реализации движения WSR в Тульской области;

с целью обеспечения представления движения WSR в Тульской области на высоком профессиональном уровне проводить отбор претендентов для замещения должностей специалистов и экспертов ЦЦК WSR на конкурсной основе;

составлять отчеты о деятельности ЦЦК WSR и передавать их на рассмотрение РКЦ WSR;

по согласованию с РКЦ WSR осуществлять адаптацию и апробацию стандартов (правил, регламентов, методик) и контролировать их соблюдение.

5. УПРАВЛЕНИЕ ЦЦК WSR

5.1. Руководство деятельностью СЦК WSR осуществляет Руководитель, назначаемый на должность и отстраняемый от данной должности руководителем ГПОУ ТО «тульский экономический колледж»

5.2. Руководитель СЦК WSR подотчетен руководителю ГПОУ ТО «Тульский экономический колледж».

5.3. Директор СЦК WSR имеет право:

в пределах своей компетенции издавать распоряжения, давать указания, обязательные для всех работников СЦК WSR;

организовывать конкурс на замещение должностей в СЦК WSR;

вносить представления руководителю ГПОУ ТО «Тульский экономический колледж» о приеме на работу и увольнении работников СЦК WSR, применении к ним мер поощрения и о наложении на них дисциплинарных взысканий.

5.4. Директор обязан:

обеспечивать эффективное выполнение СЦК WSR возложенных на него функций;

обеспечивать сохранность и эффективность использования имущества СЦК WSR;

проводить работу по совершенствованию деятельности СЦК WSR;

обеспечивать рациональную расстановку и целесообразное использование кадров;

контролировать соблюдение сотрудниками СЦК WSR правил и норм охраны труда, техники безопасности и правил внутреннего распорядка;

обеспечивать выполнение в установленные сроки запланированных мероприятий;

организовывать правильную эксплуатацию оборудования и основных средств, закрепленных за СЦК WSR;

организовывать составление и своевременное предоставление Союзу отчетов о деятельности СЦК WSR.

5.5 Руководитель СЦК WSR несет ответственность за деятельность СЦК WSR в соответствии с законодательством Российской Федерации.

6. СТРУКТУРА И РАБОТНИКИ СЦК WSR

6.1. Штатная структура ЦЦК WSR входят следующие подразделения:

информационно-аналитический отдел;

отдел организации мероприятий.

6.2. Штатная структура ЦЦК WSR: руководитель (1 ед.);

менеджер информационно-аналитического отдела (1 ед.);

руководитель отдела организации мероприятий (1 ед.);

эксперт отдела организации мероприятий (1 ед.).

6.3. Руководство отделами ЦЦК WSR осуществляют руководители отделов, указанных в пункте 6.1. Руководители отделов выполняют следующие функции:

обеспечивают эффективное выполнение отделом ЦЦК WSR возложенных на него функций;

планируют деятельность отделов в соответствии с целями и задачами ЦЦК WSR;

обеспечивают сохранность и эффективность использования имущества отделов ЦЦК WSR;

обеспечивают выполнение в установленные сроки запланированных мероприятий;

организовывают правильную эксплуатацию оборудования и основных средств, закрепленных отделом за ЦЦК WSR.

6.4. Работники ЦЦК WSR выполняют следующие функции:

Менеджер информационно-аналитического отдела:

планирует свою деятельность в соответствии с целями и задачами информационно-аналитического отдела ЦЦК WSR;

организует и разрабатывает необходимую документацию по проведению конкурсов, олимпиад, соревнований и иных мероприятий в рамках движения WSR;

заполняет базу данных, содержащую информацию о проводимых мероприятиях и их участниках;

разрабатывает и реализует тематику основных направлений деятельности, программ ЦЦК WSR, организует контроль за их содержанием, проблематикой, качеством;

устанавливает и поддерживает деловые контакты с целью взаимного обогащения и обмена информацией о педагогическом опыте и инновациях в области образования с другими СЦК и РКЦ;

организует свою работу на основе плана, утвержденного Руководителем СЦК WSR;

ведет учет выполненной работы, готовит итоговые аналитические и статистические справки;

обеспечивает реализацию механизма обратной связи между СЦК WSR и участниками движения WSR, который может быть реализован в любой форме, в том числе и в виде дискуссий, телеконференций, электронного общения, очных, заочных, дистанционных курсов, семинаров, практикумов.

Эксперт отдела организации мероприятий:

планирует свою деятельность в соответствии с целями и задачами отдела организации мероприятий СЦК WSR;

осуществляет управление, организацию и руководство отдельной компетенцией в рамках движения WSR в Смоленской области;

организует отбор и подготовку команды, представляющей Тульскую область, к участию в чемпионатах WSR по соответствующей компетенции;

разрабатывает необходимую документацию по проведению курсов, олимпиад, соревнований и иных мероприятий в рамках движения WSR;

выступает экспертом на чемпионатах в рамках движения WSR;

обеспечивает комплектование материалов и оборудования для подготовки участников по соответствующей компетенции;

разрабатывает Конкурсное задание для проведения регионального чемпионата WSR по соответствующей компетенции;

контролирует техническое состояние оборудования по соответствующей компетенции;

обеспечивает своевременность и качество ведения методической документации;

ведет учет выполненной работы, готовит итоговые аналитические и статистические справки;

организует свою работу на основе плана, утвержденного Директором СЦК WSR.

6.5. Сотрудники СЦК WSR имеют право:

запрашивать и получать необходимую информацию по вопросам, отнесенным к их компетенциям;

участвовать в обсуждении и решении вопросов деятельности СЦК WSR; вносить предложения по проблемам, выходящим за пределы их компетенций; на защиту своей профессиональной чести и достоинства;

требовать организационного и материально-технического обеспечения своей деятельности, а также оказания содействия в исполнении своих должностных прав и обязанностей.

6.6. Сотрудники СЦК WSR несут ответственность за:

ненадлежащее исполнение обязанностей, предусмотренных Положением;

использование прав, предоставленных им Положением;

выполнение всех видов работ в соответствии с индивидуальным планом и планом работы СЦК WSR.

7. ФИНАНСОВЫЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЦК WSR

7.1. Финансирование деятельности СЦК WSR может осуществляться:

за счет средств бюджета Тульской области;

за счет средств ГПОУ ТО «Тульский экономический колледж»;

за счет средств Союза и иных внебюджетных средств.

7.2. Союз участвует в финансировании приобретения материально-технического обеспечения (компьютерного, презентационного, интерактивного, организационного, а также иного специализированного технологического и производственного оборудования) по компетенциям СЦК WSR.

8. ТЕХНИЧЕСКОЕ И МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЦК WSR

8.1. СЦК WSR должен быть обеспечен необходимыми служебными помещениями, техническими и методическими ресурсами.

8.2. Рабочие места всех штатных сотрудников должны быть обеспечены современной компьютерной техникой с лицензионным про-

граммным обеспечением, позволяющей осуществлять основные функции СЦК WSR.

8.3 СЦК WSR должен быть оснащен:

современными экранно-звуковыми средствами, позволяющими осуществлять презентацию аудиозаписей, видеофильмов, слайдов;

копировально-множительной техникой;

современными техническими средствами связи (многоканальный телефон, факс);

доступом к сети Интернет.

8.4. СЦК WSR должен быть обеспечен следующими документами, необходимыми для его функционирования:

Дорожная карта по реализации движения «World Skills Россия» на территории Тульской области;

Договор об ассоциированном членстве юридического лица в Союзе;

Положение о деятельности СЦК;

Регламент деятельности СЦК;

Регламент по проведению региональных мероприятий;

Положение об ассоциированном членстве;

Регламент по проведению общероссийских мероприятий.

Инструкция по привлечению пожертвований в образовательную организацию профессора Шевченко Д.А.

Следует не забывать основные направления привлечения и расходования внебюджетных средств, в том числе пожертвований.

Средства от деятельности, приносящей доходы, а также средства, полученные в результате пожертвований юридических и физических лиц, поступают в самостоятельное распоряжение.

Учреждения, учитываются на отдельном балансе и могут расходоваться на следующие цели:

- оплата труда работникам Учреждения за организацию и проведение платных дополнительных образовательных услуг (студий и кружков);
- приобретение игрушек, оборудования, мебели;
- приобретение наглядных и учебных пособий, книг;
- приобретение канцелярских и хозяйственных товаров;
- оформление подписных изданий;
- обеспечение охраны и безопасности жизнедеятельности Учреждения;
- обслуживание оргтехники;
- оплату услуг и работ;
- ремонт (текущий) оборудования, помещений, территории Учреждения, в том числе приобретение материалов для ремонта;
- обеспечение научно-исследовательской деятельности;
- приобретение подарков для проведения праздничных утренников, соревнований и т.д.;
- поощрение работников Учреждения;
- повышение квалификации педагогических работников Учреждения;
- участие детей и взрослых в конкурсах, семинарах, конференциях на муниципальном, региональном, федеральном, международном уровнях;

— иные расходы, связанные с деятельностью Учреждения, не обеспеченные бюджетными ассигнованиями.

Например: «Здоровье и спорт» — ремонт спортивного зала, приобретение мячей, финансирование поездки на соревнования школьной футбольной команды.

Основные цели, на которые привлекаются пожертвования — это, как правило, создание комфортных условий для обучения и работы, обеспечение безопасности детей, поддержка учительства и т.д.

Непосредственно передача имущества (денег) по договору пожертвования, например, для уставных целей ОО, на функционирование и развитие учреждения, осуществление образовательного процесса, в том числе на приобретение предметов хозяйственного пользования, обустройство интерьера, проведение ремонтных работ, организацию досуга и отдыха детей, различные виды доплат работникам учреждения и другие нужды.

Составьте свой вариант плана привлечения дополнительных ресурсов, денежных средств для образовательного учреждения.

Ниже приводится технология разработки плана привлечения дополнительных внебюджетных средств.

Какие ресурсы привлекаете?	Что к ним относится?
I. Материальные	
II. Информационные	
III. Денежные	

I. Проверьте какие материальные ресурсы вы планируете привлечь:

1. Есть ли у вас человеческие ресурсы, обладающие опытом, умениями, навыками, связями?

2. Планируете ли вы привлекать:

— добровольцев (волонтеров из числа старших школьников, выпускников).

— партнеров, попечителей.

— требуется бесплатное или на льготных условиях обучение персонала.

— бесплатное или на льготных условиях консультирование.

— бесплатное или на льготных условиях привлечение экспертов, в том числе для оценки ваших проектов.

3. Есть ли у вас

— помещение для проекта

— вы планируете договориться с партнером о помещениях на условиях льготной аренды или

— безвозмездного пользования или предоставление партнером помещений для реализации проекта.

4. Есть ли у вас материалы и оборудование для работы.

— планирую привлечь оборудование других организаций на условиях льготной аренды или безвозмездного пользования.

— надеюсь на безвозмездное получение от других организаций оргтехники и других материально-технических средств (кроме денег и вещей).

— приобретение оборудования, оргтехники по остаточной стоимости.

II. Какие информационные ресурсы.

Это может стать решающим фактором при поиске партнера!!! Спонсорам крупных компаний надо отчитываться перед акционерами и т.п. Тут надо включать все свои возможности и не только!

Информационное спонсорство является инструментом, позволяющим повысить эффективность воздействия на целевую аудиторию, путем обмена ресурсными возможностями сторон.

Это бартерный обмен услугами, который, безусловно, исключает наличие каких-либо денежных отношений и направлен на PR-продвижение обеих сторон. Выступая в качестве информационного спонсора СМИ позиционирует мероприятие или компанию на своих медиаресурсах, размещает рекламные баннеры, анонсы и публикует информационные материалы. В то время как другая сторона (заказчик) в рамках спонсорского пакета может предоставлять СМИ статус информационного спонсора, размещение логотип спонсора в рекламно-информационных материалах, пресс-релизах и на различных видах

наружной рекламы, если, конечно, таковы предусмотрены бюджетом проекта.

1. Планирую договориться о бесплатном предоставлении информации с:

- региональными органами власти,
- органами местного самоуправления,
- коммерческими организациями,
- СМИ, образовательными интернет — порталами, прочими...

2. Подготовить рекламные материалы с использованием логотипа и партнера

- обещать, что будут размещены логотипы и т.п.

3. Планирую развитие сайта и обмен ссылками с партнерскими организациями в Интернет

- открытие специального сайта под проект, лендинг пейдж,
- продвижение проекта в социальных сетях и поддержка на форумах, блогах и других информационных площадках

4. Интернет-инструменты фандрайзинга

- сайт организации и проекта,
- настройка элементов сайта для привлечения доноров,
- комплексная система сбора средств в интернете,
- краудфандинговые площадки,
- вебинары с использованием видео — интервью с партнерами,
- Ютуб, Инстаграмм,
- вебинары.

III. Денежные средства

1. Собираюсь принять участие в грантовых программах:

- органов федеральной власти,
- органов региональной власти и местного самоуправления,
- местных фондов,
- российских благотворительных фондов,
- зарубежных организаций, в том числе фондов.

2. Сбор частных пожертвований планирую:

- через привлечение средств родителей,
- через привлечение средств и оказания услуг выпускников,
- через привлечение средств российского и зарубежного бизнеса:

- а) «выращивание» партнера,
- б) ведение переговоров,
- г) посредством веерной или адресной рассылки писем с просьбой о благотворительной помощи.

3. От разработки и реализации партнерских проектов и программ (долевое вложение ресурсов).

4. От получения государственного или муниципального социального заказа.

5. Оказания платных образовательных услуг.

6. Предпринимательской деятельности (помимо платных услуг).

Обратите внимание на 12 моментов в ваших действиях:

1. Четко следует определить специфику социального проекта, для которого необходимо привлечь средства. Если вы, хорошо понимаете, почему люди будут делать вам пожертвование, используйте эти факторы при подготовке ваших обращений. Решите, кто может захотеть поддержать вас, определите тех, к кому вы будете обращаться.

Попробуйте составить таблицу.

Коммерческие организации Вас знают:	Вас недостаточно знают:	Ничего не знают:

В первой колонке — перечислите коммерческие организации, которым ваша деятельность известна лучше всего.

Во второй — бизнес структуры, которые мало, недостаточно знают о вас.

В третьей — укажите тех, кто ничего не знает о деятельности вашей организации.

К кому вы будете обращаться? Понятно итак! Где меньше усилий.

2. Методы, которые будут использоваться:

— поиск грантов или пожертвований

— заем (кредит) — в том числе от коммерческих фирм

- привлечение пожертвований частных лиц или юридических лиц
- оказание платных образовательных услуг у себя,
- другие.

3. Внимание!

Необходимо разбить затратную часть проекта на маленькие доли, так как с ними легче работать. Это поможет контролировать процесс привлечения средств! Вы знаете, где искать средства и сколько надо просить. Это также помогает дарителям давать вам столько, сколько вы у них просите. Например, это может выглядеть так: требуется 90.000 рублей, бюджет разбивается на 10 пожертвований по 3.000 — 6.000 рублей.

Пожертвование в таком размере донору сделать гораздо легче.

4. Назначьте ответственных за каждый сектор доходов.

Обсудите, как вы планируете делать обращение и ведите четкие записи всего происходящего.

5. Сделайте список крупных планируемых пожертвований, которые вы надеетесь получить.

Здесь необходимо определить, к кому будете обращаться за такими пожертвованиями, и кто будет ответственный за это. Лучше воспользоваться программой CRM⁸⁶.

6. Постарайтесь получать максимальные средства.

В первую очередь: использовать свежие силы с максимальной отдачей, а также использовать получение крупных порций средств как положительный пример для других партнеров и для поднятия духа участников процесса фандрайзинга.

7. Заручитесь обещаниями крупных партнеров (это поможет привлечь дополнительную поддержку в процессе кампании и воодушевит вас). Уясните пути получения источником финансирования максимальной выгоды от своего пожертвования, взноса, кредита.

⁸⁶ CRM-система (Customer Relationship Management, или Управление отношениями с клиентами) – это прикладное программное обеспечение для организаций, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путем сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов.

Надо помочь донору сделать пожертвование с минимальными издержками.

8. Заручитесь поддержкой со стороны местной общественности и местных партнеров.

Такая поддержка будет содействовать улучшению контактов с местной властью.

9. Заручитесь поддержкой государственных (муниципальных) органов, которые могут быть заинтересованы в реализации вашего проекта.

Это будет выгодным и выигрышным моментом при обращении к партнерам.

10. Внимание!

Оптимальный размер испрашиваемых средств зависит от категории источника: если вы просите слишком мало, то это означает потерянную возможность. Поэтому просить надо не меньше, чем, по вашему, данный финансовый источник может дать.

Определите все потенциальные источники дохода (по категориям), определите разумный подход для каждой категории.

11. Планируйте ваши действия в неожиданных ситуациях.

12. Проведите ревизию плана. Будьте готовы при необходимости корректировать план в процессе его выполнения.

Составьте график работы над проектом.

Цели проекта	Исполнители	График работы/дедлайн	Готовность и качество команды	Примечания

Поставьте себе временные рамки.

«Зажмите» себя по времени.

Процесс планирования проекта состоит из нескольких последовательных шагов:

1. Определение конечной цели проекта. Что хотите получить? Пропишите.

2. Определение исполнителей проекта, включая их число и должности, их обязанности и ответственность.

3. Уточнение требуемого времени, составления графика или плана с персональной ответственностью, укажите дедлайн и проверяйте.

4. Уточнение потребностей в специальной подготовке и обучении членов команды.

Рекомендации по работе с партнерами (частными и юридическими лицами).

1. Ищите ключевые персоны, которые по каким-либо причинам могут быть заинтересованы в реализации вашего проекта.

2. Если у вас уже есть личные контакты с партнерами, обязательно их используйте.

3. Составить официальное письмо с изложением вашей идеи (проекта) и запрашиваемой помощи или предложениями сотрудничества.

В письме полностью указать должность и Ф.И.О. партнера, к которому обращаетесь, а также свои данные без сокращений.

4. Договоритесь по телефону о месте и времени встречи.

При этом, естественно, учитывайте желание и возможности партнера. Лучше всего, если после телефонного общения с вами у партнера останется о вас приятное впечатление и пометка о встрече в рабочем блокноте.

5. Желательно узнать об этом лице как можно больше, вплоть до принадлежности к политической партии и дне его и его жены рождения.

6. Наизусть выучить Ф.И.О. и должность дарителя, родителя, чиновника.

7. При себе иметь «пряники» (буклеты, справочники ... и т. д.), желательно в двух экземплярах.

8. Говорить с партнером на его «языке», отказавшись от знакомых вам аббревиатур и терминов.

9. При общении с партнером нужно:

— продемонстрировать его значимость (сказать ему, что все результаты работы будут ему предоставлены; что это проект без его помощи не будет так полно проведен...)

— сказать о сроках проведения работ (начало и конец);

— узнать его проблемы;

— показать список потенциальных партнеров;

— оставить максимальное количество информации;

— предложить услуги вашей организации для решения, каких — либо проблем партнера;

— уточнить удобному донору время для ваших очередных телефонных звонков и визитов.

10. После встречи постоянно поддерживать связь, напоминать о себе.

11. Когда ваша идея (проект) будет реализован, обязательно предоставить информацию о результатах тем партнерам, которым обещали и которые вам в чем-то помогли.

Шаги общения с партнером.

1. Соберите максимум информации о благотворителе/спонсоре.

2. Подготовьте все необходимое, для презентации своей организации.

3. Телефонный звонок.

4. Письмо.

5. Вторичный звонок и договоренность о встрече (мы вот вам письмо отправили).

6. Встреча и демонстрация проекта.

7. Получение согласия.

8. Получение пожертвования.

9. Благодарность.

10. Проверка результата, предоставление отчета и долгосрочные взаимоотношения.

Проверьте готовность к встрече с партнером.

Чтобы определить, готовы ли вы к встрече, посмотрите, есть ли у вас:

1. Подготовленное заранее письмо.

2. Информационный листок или буклет.

3. Подробное описание программ.
4. Последний годовой отчет.
5. Примеры публикаций о вашей организации.
6. Рекомендательные письма.

Надо помнить, почему бизнес соглашается выступить партнером.

Надо представлять и иметь в виду при подготовке к встрече:

1. Выгоды для партнера (частного лица, фирмы участия в качестве спонсора). Фандрайзерам следует заранее подготовить их перечень:

— описание аудитории, присутствующей на мероприятии или контактирующей со спонсируемой организацией;

2. Что он получит, какие преференции и выгоды.

Насколько широким будет паблисити для партнера (благодарность спонсору на проспектах, плакатах, спикерах, программках, рекламах, благодарность в годовом отчете организации-устроителя...);

3. Какие будут задействованы средства массовой информации (будет ли освещен факт спонсорства лица/фирмы);

4. В каких условиях будет проходить пожертвование. Какие виды мероприятий планируются во время благотворительного процесса (банкет, удобные места, дешевые билеты для сотрудников фирмы и т.д.);

5. Атрибутика для «героя» — будут ли изготовлены специальные книги, сувениры, буклеты, пластинки, которые смогут служить долгим напоминанием о дарителе/спонсоре, как и где они будут распространяться.

Научное издание

Шевченко Дмитрий Анатольевич

Фандрайзинг образовательной организации

Книга издана в авторской редакции

Сертификат соответствия № РОСС RU.AB51.НО5316

Подписано в печать 20.09.2017. Формат 60x90 1/16.

Печать цифровая. Бумага офсетная № 1. Печ. л. 21.

Тираж 500 экз. Заказ

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»
129347, Москва, Ярославское шоссе, д. 142, к. 732

Тел.: 8 (495) 668-12-30, 8 (499) 183-93-23

E-mail: sales@dashkov.ru — отдел продаж;
office@dashkov.ru — офис; <http://www.dashkov.ru>

Отпечатано: Акционерное общество

«Т8 Издательские Технологии»

109316, Москва, Волгоградский проспект, дом 42, корпус 5

Тел.: 8 (499) 322-38-30



9 785394 028564