

# [Решено] как привлечь и оформить спонсорскую поддержку студенческих мероприятий

Источник: <http://aboss.by/issledovaniya/243/resheno-kak-privlech-i-oformit-sponsorskuyu-podderzhku>

29.09.2013 - 15:49



Любой активный и амбициозный студент хоть раз, но задавался вопросом: «А с чего же начинать создание собственного проекта, вечеринки, бизнес-игры либо иного мероприятия в университете? И где найти ресурсы: финансирование и людей?».

С необходимостью реализовать проект в рамках вуза я столкнулась еще будучи студенткой. Возникла идея без отрыва от учёбы получать максимальный практический опыт по своей будущей профессии. Данную мысль поддержали мои единомышленники-однокурсники. Проанализировав национальный и зарубежный опыт, мы сформулировали концепцию собственного образовательного проекта. Его целью было: предоставить студентам опыт взаимодействия в организации, научить работать в команде, объединив студентов различных вузов как специалистов в отдельных сферах бизнеса. Для достижения цели необходимо было с одной стороны действовать в стенах университета максимально независимо, а с другой - на официальных

основаниях, иметь возможность приглашать к участию студентов других вузов, и, что немаловажно, получать финансирование.

В данной статье использован мой личный трехлетний опыт создания и руководства студенческим проектом, который в настоящий момент вышел на республиканский уровень, включает в себя учреждения высшего образования, представительства транснациональных компаний, ведущие информационные ресурсы страны в качестве генеральных и информационных партнеров. Данная работа содержит наиболее важные шаги, которые необходимо предпринять студенческому лидеру для внедрения его проекта в систему высшего учебного заведения, а также для его финансирования в рамках партнерства со стороны белорусского бизнеса. Каждый из этих этапов я дополняю примерами из собственной практики.

## Шаг 1. Учтите интересы вуза.

Проанализируйте мотивы, по которым учебное заведение может быть заинтересованным в поддержке вашего проекта. Часто это не совсем одно и то же, что вы хотите донести до своей потенциальной аудитории.

Самые распространённые причины, почему вуз соглашается поддерживать студенческие мероприятия: 1) PR вуза, факультета, отдельных специальностей; 2) неформальное образование студентов; 3) устройство студентов на практику либо трудоустройство; 4) выполнение плана мероприятий на год, научная деятельность конкретных факультетов; 5) участие преподавателей, как компетентных консультантов,

для игроков; б) конкуренция между факультетами даже в рамках одного и того же вуза и т.п.

В моем случае мотивацией были все вышеперечисленные причины и даже больше. Я знала, исходя из собственного опыта, что в вузе довольно много различных «сухих» и неинтересных научных студенческих конференций, от которых участники, кроме публикаций и преподавательского одобрения, не получают никакого практического опыта. Многие талантливые студенты просто нигде не участвовали, т.к. не видели для себя никакой пользы. Кроме того, из-за существующей конкуренции между факультетами студенты редко обменивались профессиональным опытом и знаниями в иных местах. Поэтому мы решили предложить альтернативу теоретическим конференциям – работу с крупными компаниями, решение реальных задач, практику. В ходе нашего проекта разработки участников должны были оценивать не только теоретики, но и практики, что значительно повышает мотивацию участников.

## **Шаг 2. Сформулируйте предложение, выберите формат проекта и определите круг его интересов**

Осознав, чем заинтересовать администрацию вуза или факультета, стоит подготовить четкое, расписанное детально информационное предложение для каждого из них (обязательно и на бумаге, и на электронном носителе). Чем больше задач решает ваш будущий проект и чем больше сроки его проведения – тем более сложно его согласование.

Если вы собираетесь организовать разовое мероприятие длительностью 1-2 дня – то самый простой путь – сделать его в рамках одной из функционирующих в рамках факультета структуры: студенческого совета (общежития или факультета), профсоюзного бюро, ПО ОО БРСМ, бизнес-инкубатора. Однако существуют следующие риски:

- реализуя проект с поддержкой какой-либо организации, Вы потеряете авторство или проект при реализации, не будет соответствовать Вашей концепции;
- Вам могут отказать в реализации под предлогом «такое у нас уже существует, не нужно повторяться»;
- Ваш проект заберут под чей-либо «патронаж» и включат в собственный план мероприятий.

В первом и третьем случаях вам придется отстаивать права на собственный проект, либо идти более сложным путем.

В моём конкретном случае был выбран упомянутый «сложный путь» – проект был внедрен в учебный процесс университета на самом высшем уровне с согласованием всех организаций, принимающих решение о проведении того либо иного мероприятия и с последующим утверждением от проректора по учебной работе. Здесь выделились 7 основных заинтересованных лиц (стейкхолдеров), принимавших решение: 1) начальник Управления по воспитательной работе, 2) проректор по учебной работе, 3) председатель первичной профсоюзной организации студентов, 4) секретарь первичной организации БРСМ, 5) директор студенческого клуба, 6) заведующий выпускающей кафедры, 7) декан факультета, 7) также необходимо было найти ответственного преподавателя, либо т.н. «куратора проекта» (основание: студенты в вузе сами лично не имеют право управлять проектом без контроля и отчётности со стороны куратора).

После того, как стало понятно «с кем» от вуза согласовывать, переходите к пункту «как». Составьте описание проекта, в котором максимально подробно укажите формат, план проведения, целевую аудиторию, правила, смету затрат и пр.

На данном этапе, я столкнулась с необходимостью обосновать, почему вузу следует согласиться поддержать данное мероприятие. Скорее всего, на этом этапе вы не однократно услышите, что в вузе уже достаточно мероприятий и незачем ещё больше бюрократизировать систему, делать дополнительную «обязаловку», а преподаватели не будут хотеть брать на себя дополнительные обязанности по отчётности.

### **Шаг 3. Предложите разработанное вами Положения о проекте**

Если вы решили реализовать самостоятельный проект, то следующей стадией будет составление Положения о вашем проекте, в котором сформулированы все детали и правила его реализации. Для примера может послужить положение какого-либо функционирующего на данный момент вузовского или факультетского проекта, утверждённого администрацией.

Так, мы заполучили пример положения межфакультетского ежегодного мероприятия «Студвесна» и по аналогии написали своё собственное положение о проекте. Пришлось несколько раз приходиться с подробными описаниями и доработками к каждому из 6 стейкхолдеров, доказывать, что идея действительно заработает и будет жить. В конце концов, наши походы принесли плоды и данное положение утвердил 7-й стейкхолдер – проректор по учебной работе. Данный процесс занял около 4-6 месяцев.

На этапе данных согласований могут быть приняты два основополагающих документа: положение «О проведении серии мероприятий в рамках проекта ВВВ» и акт «О внедрении в учебный процесс вуза ННН проекта ВВВ факультета ТАКОГО-то». В данных документах наряду с другими также указываются следующие пункты:

«Организаторы проекта в лице студентов учреждения образования самостоятельно занимаются поиском и отбором компаний-партнеров, которые будут сотрудничать с проектом с целью ... *(здесь впишите интерес компании, например, «с целью получения альтернативных путей решения тех или иных вопросов и проблем, возникающих в их деятельности»)*. Компания-партнер выполняет следующие функции в рамках проекта: ... *(здесь идет указание роли партнера)*. ССССС *(здесь необходимо указать, кто принимает помощь от компании, например, «организаторы проекта», «команды», «организационный комитет»)* имеют возможность пользоваться ресурсами компании и консультироваться с ее специалистами».

«Мы, нижеподписавшиеся, декан факультета ТАКОГО-ТО, с одной стороны и заведующий кафедрой ННН, с другой стороны, составили настоящий акт о том, что проект «ВВВ» в течение 20\_\_ – 20\_\_ учебного года будет начат с проведения мероприятия на базе факультета ТАКОГО-ТО. Реализация данного проекта позволит .... *(здесь указать структурное подразделение ВУЗа, например, «кафедре», «факультета»)* установить *(создать, внедрить, исследовать и т.д., например: «создать более тесные связи с деятелями современного белорусского рынка, опробовать инновационные методы практического обучения студентов через взаимодействие с успешными коммерческими организациями»)*.

«Организатором проекта является оргкомитет, в который входят: студенты вуза, кафедры ККК, деканат факультета ТАКОГО-ТО. Для эффективной реализации проекта избирается его куратор в лице представителя кафедры ККК».

### **Шаг 3. Привлеките партнёра**

После успешного оформления вашего проекта в качестве официального в стенах университета, необходимо найти и заинтересовать компанию, которая бы взяла на себя связанные с проектом расходы, а также играла непосредственную роль в реализации проекта.

Самые распространённые причины, почему компания соглашается быть партнёром/спонсором студенческого мероприятия: 1) поиск новых идей, решений для собственного бизнеса; 2) рекрутинг молодых специалистов на открытые вакансии или на стажировку; 3) поиск молодых специалистов в различных регионах Республики Беларусь, не только в Минске; 4) PR организации учитывая широкую информационную поддержку, повышение своего имиджа в бизнес среде; 5) участие в социально значимой деятельности страны; 6) прямое знакомство с целевой аудиторией.

Вначале необходимо заинтересовать ответственное лицо компании, которое поддержит вашу идею и сможет донести ее в выгодном свете руководителю предприятия. Вам также потребуется делать презентацию своего проекта перед руководством. Факт, что вы действуете от имени вуза, даёт некую гарантию, что вам можно доверять. Но испытания от представителей компании могут быть не такими простыми, так что будьте к ним готовы. После того, как руководство компании утверждает сотрудничество с конкретным университетом, можно считать, что партнера со стороны бизнеса вы приобрели.

### **Шаг 4. Получите согласие вуза на партнерство с бизнес-компанией**

Вузы довольно избирательны к бизнес-партнерам, поэтому требуется также получить их согласие на то, чтобы конкретная компания WWW участвовала в вашем проекте.

Кроме согласования с компанией, оформленного в виде договора о партнёрстве, необходимо также чтобы руководство университета и руководство компании обменялись официальными письмами (на фирменных бланках) о взаимном партнёрстве. Текст может быть таким: «Директору компании WWW Иванову И.И. Начальнику управления по работе с персоналом Сидорову А.А. Руководство вуза ХХХ не возражает против участия компании WWW в качестве партнёра проекта «ВВВ», организуемого факультетом ТАКИМ-ТО. Проректор по учебной работе. ФИО. Подпись. Печать».

### **Шаг 5. Оформите материальное участие партнера**

В данной статье речь идет о партнерстве, а не спонсорстве, и это не случайно. Дело в том, что официально перевод средств с названием «спонсорская поддержка» может оформляться только на мероприятия и проекты, соответствующими определённым целям, указанным в Указе Президента РБ от 01.07.2005 г. № 300 «О предоставлении и использовании безвозмездной (спонсорской) помощи», а именно:

1. создания и укрепления материально-технической базы;
2. приобретения сельскохозяйственной техники и (или) запасных частей к ней, горюче-смазочных материалов, семян, удобрений, средств защиты растений, иных

- товаров (имущества), работ, услуг, связанных с сельскохозяйственным производством, а также поддержки мероприятий по выполнению государственных программ по возрождению и развитию села;
3. поддержки олимпийского и паралимпийского движений Беларуси, игровых видов спорта, проведения организациями физической культуры и спорта, профессиональными союзами, их организационными структурами, объединениями таких союзов и их организационными структурами физкультурно-оздоровительной, спортивно-массовой работы, спортивных мероприятий и участия в них, в том числе подготовки спортсменов (их команд), строительства и содержания физкультурно-спортивных сооружений;
  4. охраны историко-культурного наследия, развития библиотечного и музейного дела, кинематографии, изобразительного, декоративно-прикладного, монументального, музыкального, театрального, хореографического, эстрадного, циркового и иных видов искусств (включая создание новых произведений, подготовку концертных программ, постановку спектаклей, проведение выставок), а также развития и поддержки народного творчества, народных промыслов (ремесел), образования в области культуры, проведения культурно-зрелищных мероприятий отечественными коллективами художественного творчества и исполнителями;
  5. приобретения организациями здравоохранения лекарственных средств, изделий медицинского назначения, медицинской техники, оказания медицинской помощи гражданам Республики Беларусь, содействия деятельности в области охраны здоровья населения и пропаганды здорового образа жизни;
  6. проведения олимпиад, конкурсов, фестивалей, смотров, соревнований, иных мероприятий, организуемых по решению Президента Республики Беларусь, Совета Министров Республики Беларусь, республиканских органов государственного управления, облисполкомов и Минского горисполкома;
  7. выпуска учебных изданий и средств обучения, организации питания учащихся и воспитанников учреждений образования;
  8. поддержки организаций, осуществляющих социальную защиту населения, оказывающих социальную помощь малообеспеченным гражданам, гражданам, нуждающимся в поддержке государства, лицам, которые в силу своих физических особенностей, особенностей психофизического развития и иных обстоятельств не могут самостоятельно реализовывать свои права и законные интересы (одиноким пожилым гражданам, инвалидам, ветеранам войны и труда, многодетным и неполным семьям, детям-инвалидам, детям-сиротам, детям, оставшимся без попечения родителей, другим категориям граждан, определенным законодательством);
  9. поддержки зарегистрированных в установленном порядке в Республике Беларусь религиозных организаций;
  10. ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера;
  11. проведения научных исследований в рамках государственных научно-исследовательских программ;
  12. развития особо охраняемых природных территорий (заповедников, национальных парков, заказников, памятников природы).

Таким образом, список целей ограничен, в случае вуза наиболее применим п.1. Спонсорская помощь предполагает безвозвратную передачу (перечисление) средств вузу от компании-спонсора. Так, в случае денежного перевода на счет вуза от компании на «целевое расходование средств» (то есть на цель «создания и укрепления материально-технической базы» в соответствии с Указом №30), данные средства могут использоваться только на покупку материальных ценностей, таких как компьютеры, стулья, флаги,

шкафы, канцелярские товары и подобное, - всё, что в прямом смысле физически остаётся в стенах университета. Каждое действие, совершённое с такого рода денежными ресурсами подлежит строгой отчётности, средства должны быть израсходованы в течении 1 календарного года и их целевое использование проверяется в бухгалтерии аудиторами. Кроме этого, процесс оформления спонсорской помощи весьма сложный и длительный (может занять несколько месяцев). Санкции за нарушение законодательства о безвозмездной (спонсорской) помощи очень жесткие. Выполнить все условия для надлежащего оформления спонсорской помощи сложно.

Партнерство же, напротив, не предполагает безвозмездной помощи вузу со стороны предприятия. Все затраты по работе с вашим студенческим проектом являются собственными расходами компании-партнера. При необходимости выполнения возмездной работы организаторами проекта они могут заключать договор подряда с предприятием. По просьбе организаторов или своей инициативе компания предоставляет собственные материальные ресурсы (проекторы, бумагу, кулеры для кофебрейка и т.п.). В итоге, оформление и последующая отчетность в рамках партнерства как правило более предпочтительны для всех участвующих сторон.

Таким образом, процесс реализации собственного проекта в рамках высшего учебного заведения является многоступенчатым и включает в себя следующие этапы: согласование интересов проекта и администрации вуза, выбор формата, разработка документов, регламентирующих деятельность по проекту, привлечение бизнес-партнера, получение согласия от вуза на партнерство с компанией, а также оформление материального участия коммерческой организации, выступающей в качестве партнера.

**Автор: Виктория Малькевич**

**Публикация создана в Учреждении "[Студенческая фабрика мысли](#)"**

**Виктория Малькевич** - аналитик Учреждения "Студенческая фабрика мысли", экономист-маркетолог, основатель и руководитель республиканского некоммерческого образовательного проекта BIGIN с 2011 г. Организатор бизнес-игр с такими компаниями, как British American Tobacco, ООО «Диамантпром», международное digital-агентство ARTOX media и др.

Опыт аналитической работы интернет-маркетологом в школе digital-маркетинга ARTOX, маркетологом в праздничном агентстве «WISHni», ассистент специалиста по рекламе **ВТЛ-агентства «Свежие идеи»**, стажировка по специальности в компании ООО "Живой Дом" (г.Москва, Россия).