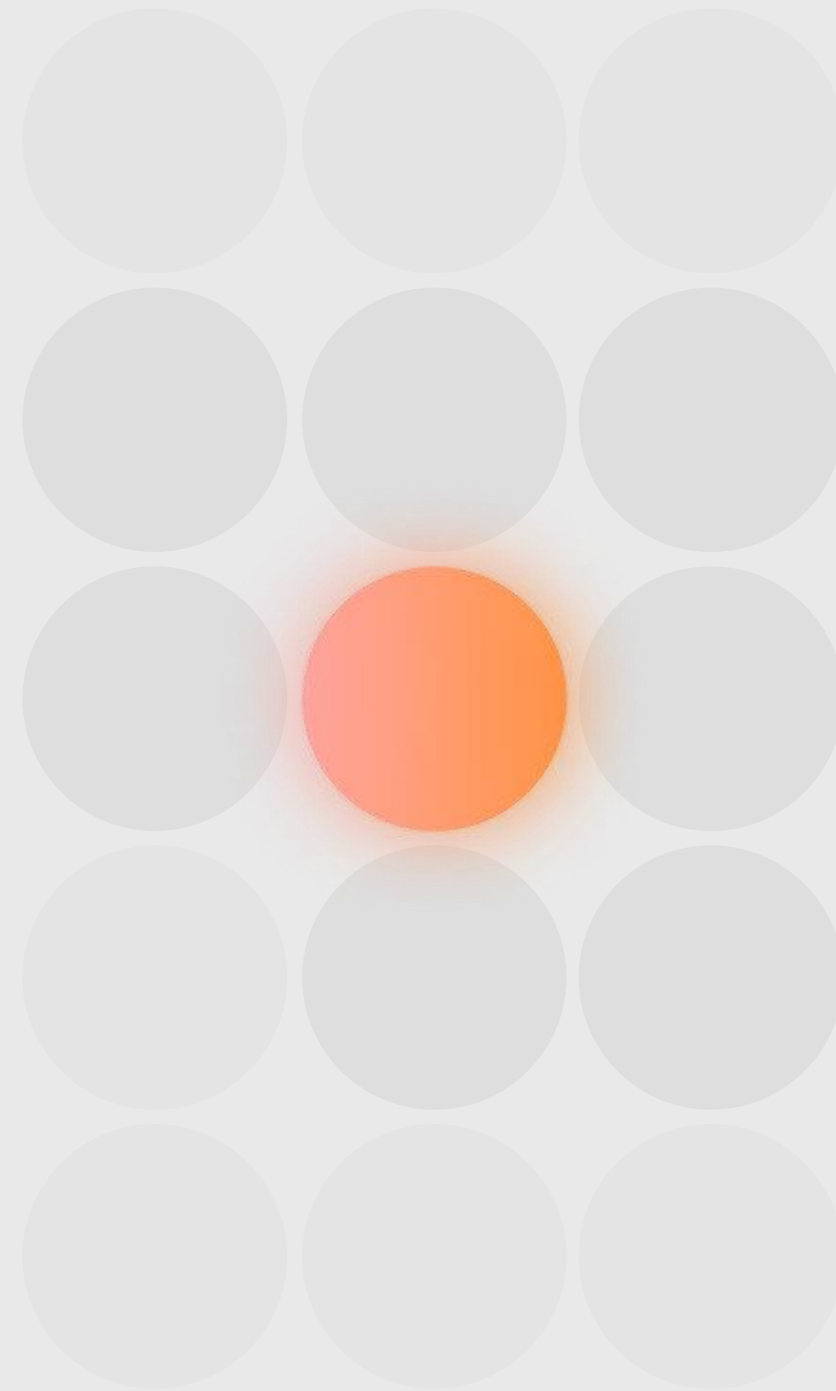


ИССЛЕДОВАНИЕ СТРАТЕГИЙ И ПРАКТИК ВОВЛЕЧЕНИЯ ВЫПУСКНИКОВ И МАССОВЫХ ЖЕРТВОВАТЕЛЕЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЭНДАУМЕНТОВ

СПИКЕР

Мария Булыгина

Руководитель Центра знаний по целевым
капиталам ТГУ, директор Эндаумент-фонда ТГУ



Предмет исследования

Стратегии и практики вовлечения выпускников и массовых жертвователей в деятельность университетских эндаумент-фондов, а также влияние этих стратегий на формирование культуры филантропии и устойчивость сообщества, выстраиваемого вокруг эндаумент-фондов.

Выпускники: ценности, доверие и практика



Что было сделано:

1. Анализ исследований, кейсов, опыта и практик стратегий и практик развития университетом благотворительной культуры у обучающихся - 90 074 релевантных публикации, содержащих упоминания о благотворительной активности университетов (18 491 – упоминается деятельность эндаументов).
2. Анализ сообществ университетских эндаумент-фондов в социальной сети «ВКонтакте».
3. Онлайн-опрос студентов и выпускников университетов, которые входят в Университетский консорциум исследователей больших данных.
4. Экспертные интервью с представителями эндаументов — оценка отечественного опыта



Почему эта тема?

Эндаумент-фонды
становятся ключевым
инструментом перехода
российской филантропии
от ситуативных
пожертвований к
стратегической
устойчивости

э

Эндаументы формируют новую культуру взаимодействия между университетом, выпускниками и обществом

э

Эндаументы перестали быть экспериментом и встроились в университетскую жизнь. Однако их развитие остается фрагментарным

Основные результаты/выводы



Основа исследования — огромный массив данных от аналитических отчетов и публикаций в СМИ до текстов и сообщений в открытых сообществах фондов во «ВКонтакте» и телеграм-каналах. Ключевая точка роста — способность университетов выстраивать доверительные и долгосрочные отношения с выпускниками и партнерами.

ПРОБЛЕМЫ/ТРЕНДЫ

Выпускники и бизнес

Основной ресурс для пополнения университетских эндаументов

Структурные ограничения

Рост эндаументов сдерживают внутренние структурные ограничения

Социальные медиа и цифровая среда

Главные инструменты вовлечения

Анализ сообществ университетских эндаумент-фондов в социальной сети «ВКонтакте»

Социальные сети являются основным каналом коммуникации университета с молодежной аудиторией и становятся критически важным полем для конструирования и трансляции ценностей.

Контент, который вуз создает и распространяет через свои паблики, не просто информирует, но и формирует определенное ценностное поле, моделирует одобряемые модели поведения и закладывает основы будущих отношений с выпускниками.

Фонд
целевого
капитала
развития
СПбПУ

Благотворительный
марафон ко Дню
рождения Политеха

336 186 рублей от 281
жертвователя

Эндаумент
МГИМО

Музыкальная гостиная в
поддержку проекта My
Mentor 2.0

762 просмотра и собранные
средства были направлены в
Эндаумент МГИМО для
поддержки научных и
творческих студенческих
проектов

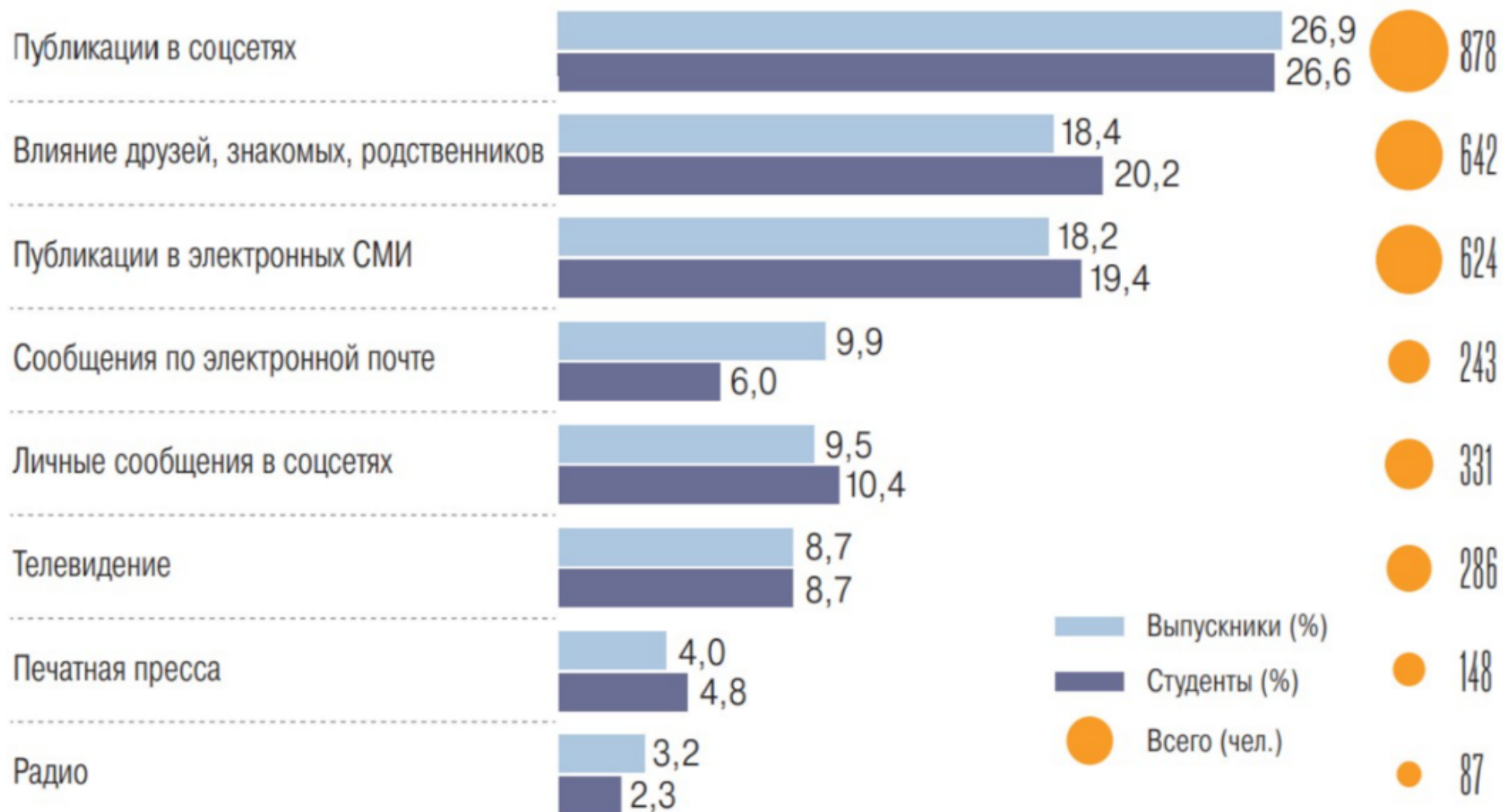
Фонд
целевого
капитала
МФТИ

С днем рождения, Физтех!

2 месяца, 30 постов, 190
участников, 50 000
просмотров, 15 млн
привлеченных средств

КАКОЙ КАНАЛ ИНФОРМАЦИИ О БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ АКЦИЯХ И МЕРОПРИЯТИЯХ ВЫЗЫВАЕТ НАИБОЛЬШЕЕ ДОВЕРИЕ В РФ

ИСТОЧНИК: ТГУ.



Проблемы/тренды

Практики вовлечения

Практики вовлечения студентов отличны от практик вовлечения выпускников

Новые тренды и барьеры

Доверие, прозрачность, открытость, динамика упоминания фондов и выпускников, фандрайзинг



Целевая группа исследования

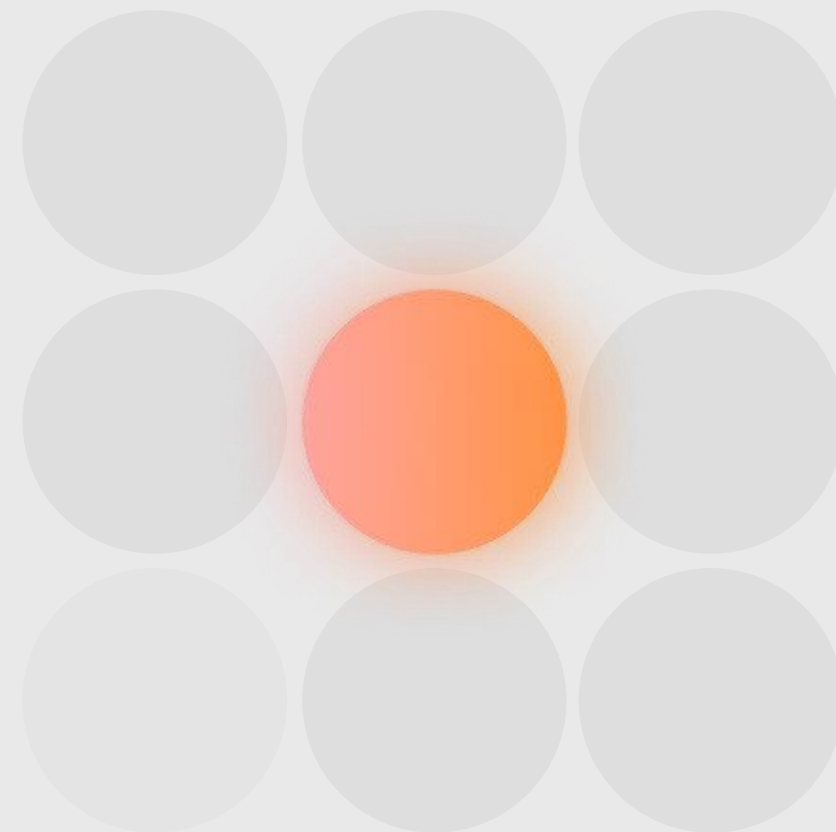


Категории:

- Руководители и команды эндаумент-фондов
- Представители университетов
- Эксперты в сфере фандрайзинга и филантропии
- Государственные структуры
- Доноры
- Выпускники
- Бизнес-партнеры

Общие рекомендации:

- Повышение прозрачности и управленческой эффективности.
Краеугольным камнем доверия доноров является абсолютная прозрачность
- Развитие культуры филантропии через работу с сообществами.
Создание эндаумента — это в первую очередь создание сообщества единомышленников
- Стратегическое усиление присутствия в цифровом пространстве
- Фокус на контенте, который строит доверие и вовлекает.
Ключ к сердцу донора — истории реального влияния и воздействия (impact)
- Дифференцированный подход к ключевым аудиториям.
Стратегия работы с каждой аудиторией должна быть уникальной
- Многоуровневый подход позволит трансформировать эндаументы из точечных инициатив в устойчивый и жизненно важный элемент российской системы высшего образования



Спасибо за внимание

- Институт прикладного анализа больших данных

Opendata.university

info@opendata.university



Первая часть «Стратегии и практики вовлечения выпускников вузов и массовых жертвователей в деятельность эндаументов»