

PRO VONO — ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОГО ВОЛОНТЕРСТВА В РЕГИОНЕ

© 2018 Гальченко Светлана Алексеевна

кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента

Курский государственный университет

305000, г. Курск, ул. Радищева, д. 33

E-mail: svetabuzunova@mail.ru

Исследование направлено на изучение практики корпоративного волонтерства в экономике региона, тиражирование международных практик социально-ответственного ведения бизнеса. Целью исследования является обоснование идеи создания платформы Pro Vono на базе образовательной организации, для эффективных взаимовыгодных коммуникаций стейкхолдеров в секторе L 2 B. Для решения заявленных задач использовались исследовательские подходы и методы исследования, в числе которых содержательный, системный, логико-исторический. Ожидаемые результаты заключаются в обосновании целесообразности создания площадки pro vono, которая станет платформой для аутстаффинга между университетом и субъектами малого бизнеса региона.

Ключевые слова: социально-экономическое развитие, инновационное развитие, социальная ответственность, инвестиционная привлекательность территории, оздоровление окружающей среды, платформа pro vono, субъекты малого бизнеса, бизнес-процессы, маркетинг, организационные структуры, корпоративное волонтерство, стейкхолдеры.

Актуальность и значимость корпоративной социальной ответственности и корпоративного волонтерства детально изучалась автором и рассматривалась в публикациях ранее [1], [2].

По мнению специалистов в сфере HR [4], корпоративное волонтерство один из важнейших инструментов развития корпоративной ответственности организаций и формирования конструктивных коммуникаций с государством и местными сообществами. Опыт передовых компаний свидетельствует, что корпоративное волонтерство является драйвером социальных изменений, как для самой организации и её внутренней среды, так и для внешнего социума.

Актуальность данной проблемы подтверждена Указом Президента Российской Федерации от 06.12.2017 г. № 583, в котором 2018 год объявлен Годом Добровольца (волонтера) [6].

Как и любое новое явление «Pro Vono» сложно поддаётся четкому определению. Нет единства во мнении среди аналитиков и среди представителей компаний, активно реализующих Pro Vono программы. Это своего рода необычное социальное явление, новый тренд в сфере социальной ответственности, активно продвигаемый международными компаниями и отечественным бизнесом, развивающим КСО. Данный термин изначально возник в США и обозначал он бесплатную работу. Большой по-

пулярностью данное направление пользовалось среди профессиональных юристов, а сейчас распространилось и на иные виды деятельности [5], [7], [8]. То есть Pro Vono — это механизм оказания безвозмездной помощи на основе обмена знаниями и компетенциями в определённых предметных областях, это основа для социального диалога, форма консолидации разных видов деятельности на основе профессионализма и взаимной ответственности.

Развитие корпоративного волонтерства активно обсуждается в СМИ, в том числе на Международном Московском форуме «Корпоративное волонтерство» [6], где рассматривается проблема низкой степени вовлеченности бизнеса в решение социальных задач. Многие предприниматели не понимают значимость социальной ответственности и получение результата от данной работы. Наше исследование направлено на активизацию корпоративного волонтерства в регионе, на побуждение к участию в Pro Vono проекте субъектов малого бизнеса.

Создание платформы Pro Vono предполагает оказание безвозмездной помощи ради общественного блага. Это важный инструмент общественных улучшений и элемент культуры зрелого гражданского общества.

Как отмечает Кабыш Н.Ф. [3], концептуальная идея платформы Pro Vono состоит в масшта-

бировании передового опыта и инновационных практик социально-ответственного ведения бизнеса для социально-экономического развития производственного сектора региона.

Pro Bono — это площадка аутстаффинга или новое направление рынка «Learning 2 Business» (L 2 B), существующее наряду с такими видами рынка как B2 B, B2 C, B2 G.

Основная идея «Learning 2 Business» (L 2 B) заключается в активном взаимодействии представителей образовательных организаций (молодые ученые, преподаватели, студенты) с предпринимателями (субъектами малого бизнеса). Pro Bono на рынке L 2 B предполагает оказание молодыми учеными и студентами вузов безвозмездной помощи субъектам малого бизнеса региона путём предоставления консультационных услуг, проведения кабинетных исследований, инжиниринга и реинжиниринга внутренних бизнес процессов и т.д. Механизм работы концепции Pro Bono представлен на рисунке 1.

Рыночные перспективы данного направления очевидны. Многие предприниматели в регионе, особенно работающие в районах, испытывают массу проблем в развитии бизнеса. Это касается как внутренних, так и внешних бизнес-процессов. Например, кадровая политика, компетенции сотрудников, проектирование организационных структур, оптимизация бизнес-процессов, маркетинговый анализ рынка (конкурентный анализ, окружение), понимание потребителя, формирование лояльности, программа маркетинга, внедрение программ изменений, управление изменениями и многие другие направления. Участвуя в цепочке L 2 B, конструктивно взаимодействуя с командой Pro Bono, предприниматель получает персональных консультантов и экспертов изучающих его проблему с предложением её решения. И всё это на безвозмездной основе.

Помощь заключается в оказании услуг по мониторингу, анализу, обобщению информации

касающейся заявленной проблемы. Детально модель работы Pro bono представлена на рисунке 2.

Поскольку в качестве консультантов выступает команда, участниками которой являются обучающиеся старших курсов под руководством преподавателей, направления работы платформы Pro bono имеют определенные границы: HR, бизнес-процессы, КСО, маркетинг, организационные изменения (рисунок 3). Участники платформы представлены на рисунке 4.

Детализируем направления работы платформы:

- HR (кадровая политика, компетенции сотрудников, управление поведением, командная работа).
- Бизнес-процессы (проектирование организационных структур организации, оптимизация бизнес-процессов: основной, сопутствующий, вспомогательный, обеспечивающий, инновационный, управленческий).
- КСО (политика в области корпоративной социальной ответственности).
- Маркетинг (маркетинговый анализ рынка (конкурентный анализ, окружение), понимание потребителя, формирование лояльности, программа маркетинга).
- Организационные изменения (программа изменений, управление изменениями (бизнес-процессы, клиенты, обучение и карьерный рост), BSC).

Результатом реализации проекта станет активная работа в направлении тиражирования опыта корпоративного волонтерства в регионе, создание платформы pro bono, где встретятся представители малого бизнеса региона, студенты и преподаватели. Цель деятельности участников — развитие экономического потенциала и рост инвестиционной привлекательности региона (рисунок 5).

На основе взаимовыгодного сотрудничества возможна реализация крупных проектов,

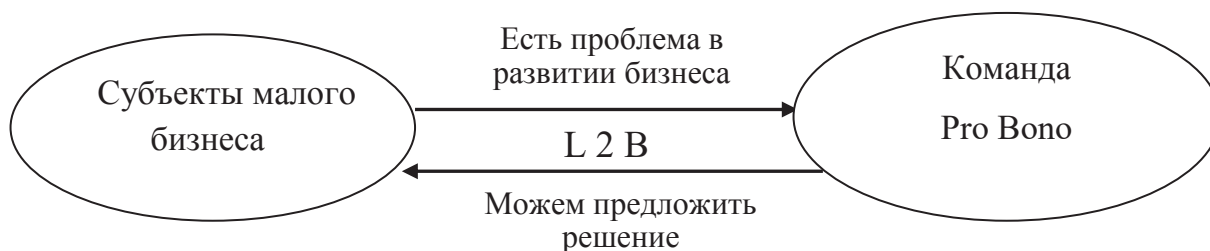


Рис. 1. Механизм концепции Pro Bono

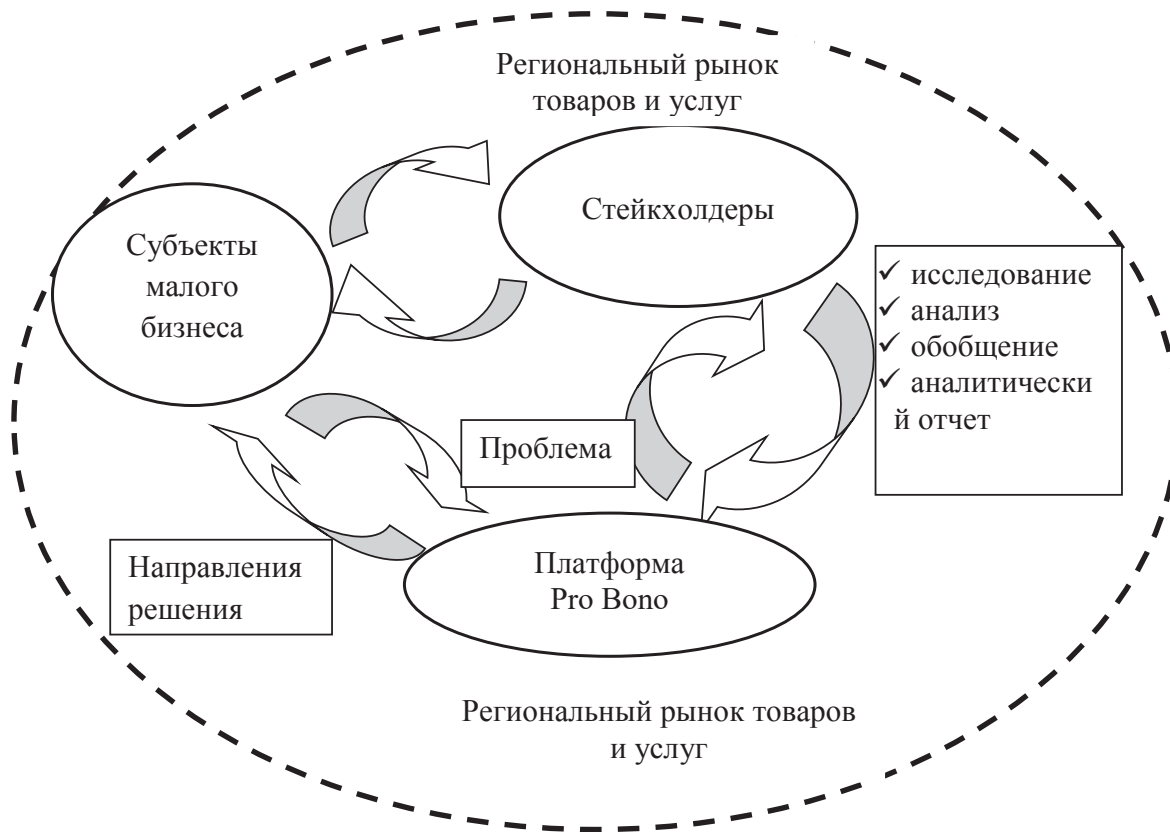


Рис. 2. Модель работы платформы Pro Bono

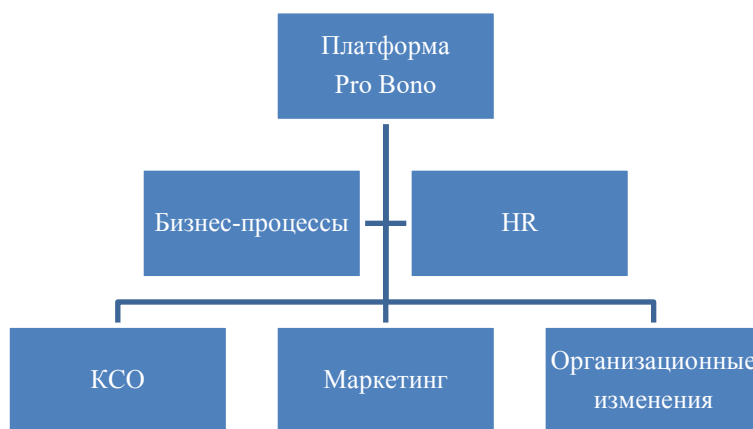


Рис. 3. Направления работы платформы Pro Bono

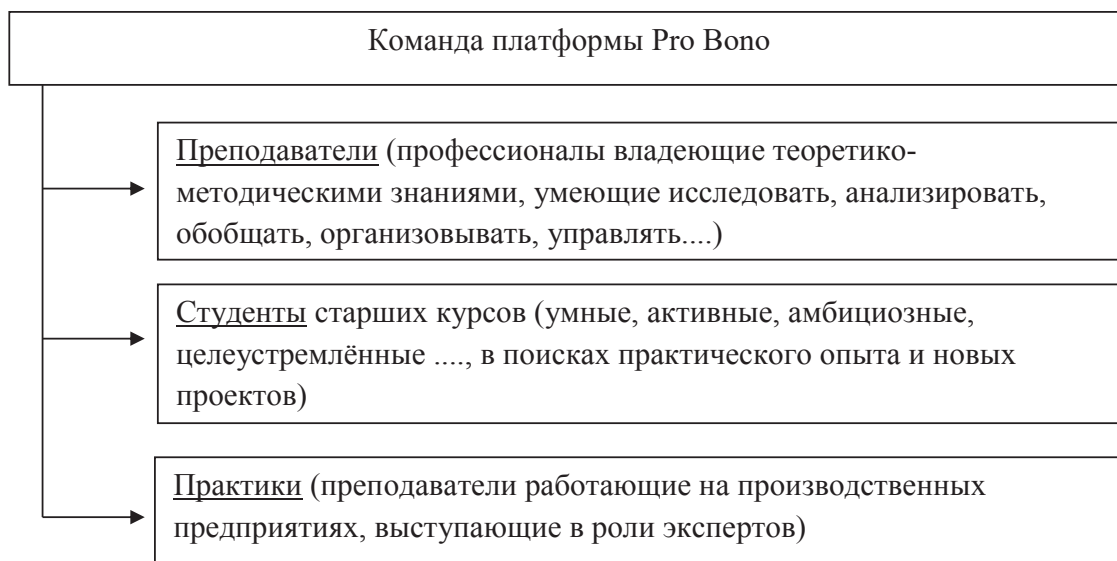


Рис. 4. Команда платформы

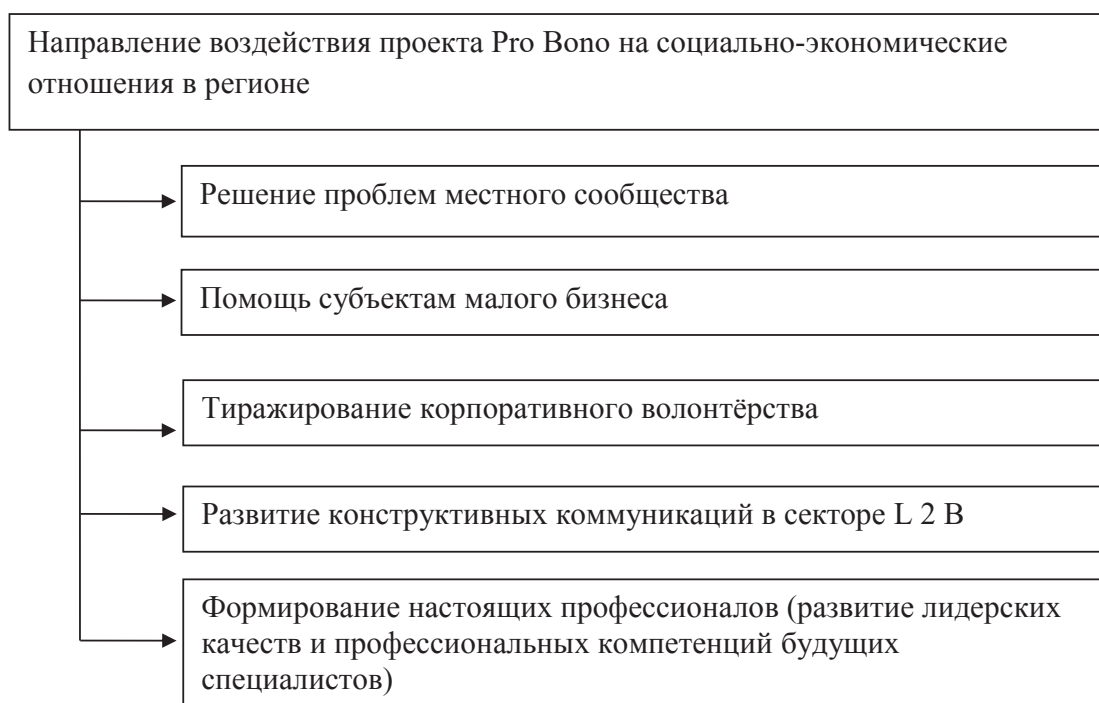


Рис. 5. Направление воздействия проекта Pro Bono на социально-экономические отношения в регионе

направленных на развитие бизнеса и корпоративного волонтерства в регионе. Таким образом, бизнес получает новые идеи для решения широкого круга задач, студенты неопределимый практический опыт, перспективы трудоустройства, образовательная организация увеличивает долю практической работы в учебном процессе. Данный проект очень важен для молодых специа-

листов, т.к. путём участия в корпоративном волонтерстве обучающиеся наращивают профессиональный капитал и осуществляют поиск ниши на рынке. Представленная модель служит своего рода «аналитическим колесом», которое формирует приращение знаний, используя их в практической деятельности, передавая многократно и стимулируя к поиску новых.

Библиографический список

1. Гальченко С.А. О важности социальной и экологической безопасности территории // Политика, экономика и инновации. 2016. № 8 (10). С. 4–7
2. Гальченко С.А. Специфика корпоративной социальной ответственности: региональный аспект // Управление. 2015. № 5 (57). С. 4–7.
3. Кабыш Н.Ф. Институт «pro bono» в России: к вопросу о сущности и особенностях. Кабыш Н.Ф., Сидельникова К.Н. // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=29027659>
4. Крейнин О. Эксперты о корпоративном волонтерстве. Мнение специалиста в сфере HR. /Крейнин О., Власова Н., Белановский Ю. // Филантроп — электронный журнал о благотворительности. [Электронный ресурс] Режим доступа: www.philanthropy.ru/opinion/2016/04/11/36554/
5. Официальный сайт «Корпоративная социальная ответственность». [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.ksovok.com/index.php>
6. Официальный сайт Международного форума «Корпоративное волонтерство». [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://corpvolunteers.ru/>
7. Профессионалы работают pro bono. РБК. [Электронный ресурс] Режим доступа: www.plus-one.rbc.ru/blog/society/professionaly-rabotayut-pro-bono
8. Pro bono: философия бесплатных услуг. Теплица социальных технологий. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://te-st.ru/2016/07/11/pro-bono-a-philosophy-of-free-services/>

Поступила в редакцию 12.08.2018