

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.
ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

На правах рукописи

КАРАСЁВА АНАСТАСИЯ СЕРГЕЕВНА

Pro bono в связях с общественностью спортивных организаций

автореферат бакалаврской работы

направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
юридического факультета

Саратов 2019

Работа выполнена на кафедре социальных коммуникаций
Саратовского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского

Научный руководитель – к. филол. н., доцент Коневец С.Н.

Выпускающая организация – Юридический факультет ФГБОУ ВО
«Саратовский национальный исследовательский государственный
университет имени Н.Г. Чернышевского»

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. «Pro bono услуги» – новый для России термин, постепенно набирающий популярность и входящий в практику повседневного использования. Pro bono — необычное социальное явление. С одной стороны, это новый тренд в сфере социальной ответственности, активно стимулируемый глобальными компаниями и крупным российским бизнесом, развивающим корпоративную социальную ответственность. С другой стороны, безвозмездная помощь профессионалов имеет советские и дореволюционные традиции. Пересечение инноваций и традиций может стать эффективным двигателем развития Pro bono в России. Ниша Pro bono в России только развивается, и для её развития необходимо продвижение информации и трансляция имеющегося опыта.

Оказание Pro bono услуг — это часть корпоративной социальной ответственности. В рамках инициатив Pro bono бизнес предлагает сообществам свой самый ценный актив — хорошо образованных, компетентных и неравнодушных корпоративных граждан, а взамен получает еще более опытных специалистов, закаливших свое мастерство в полевых условиях и способных к поиску нестандартных решений в ситуациях неопределенности.

Значительный вклад в развитие общей мировой теоретической основы Pro bono услуг внесли такие представители зарубежной науки новейшего времени, как Доуэлл Кэти, Дайер Клэр, Пара Кэти, Эфрати Амир, Липтак Адам, а также отечественной науки: М. А. Сучкова, А. Е. Лапидус, Р.Б. Закиев, В.И. Епифанова, С.А. Гальченко.

Объектом нашего исследования явились общественные отношения, складывающиеся в сфере оказания услуг Pro bono спортивными организациями.

Предмет исследования – деятельность спортивных организаций в области взаимодействия с общественностью, оказания Pro bono услуг (в том

числе благотворительности, волонтерства, спонсорства), использования эффективных pr-инструментов своей организации.

Целью работы является анализ развития и практики оказания pro bono услуг российскими спортивными организациями.

Для достижения указанной цели требовалось решение следующих **задач**:

- определить понятие «Pro bono» и его сущность в мировой практике;
- проанализировать истоки возникновения и развития Pro bono;
- проанализировать историю развития Pro bono в России;
- исследовать роль вовлеченности Pro bono в сферу спорта;
- определить вектор развития Pro bono в спортивных организациях;
- определить значение Pro bono как эффективного pr-инструмента;
- выявить особенности внедрения технологий Pro bono в деятельность спортивных клубов;
- проанализировать сложившуюся в современной России практику использования Pro bono спортивными организациями;
- выявить факторы, замедляющие развитие Pro bono в деятельность современных российских организаций, определить пути решения проблемы.

Научная новизна работы заключается в том, что в работе изучено развитие Pro bono в спортивной сфере, значимость практики Pro bono для спортивных организаций, конкретно – в деятельности сети спортивных клубов ALEX FITNESS

Структура выпускной квалификационной работы обусловлена ее содержанием и состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка, насчитывающего 51 источник.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе рассмотрены понятие и сущность Pro bono в мировой практике, а также история развития Pro bono в России.

Как и любое новое явление «Pro Bono» сложно поддается четкому определению. Нет единства во мнении среди аналитиков и среди представителей компаний, активно реализующих Pro bono программы. Это своего рода необычное социальное явление, новый тренд в сфере социальной ответственности, активно продвигаемый международными компаниями и отечественным бизнесом, развивающим КСО

«Pro bono услуги» — это новый для России термин, постепенно набирающий популярность и входящий в практику повседневного использования. Он возник в США в сфере юриспруденции и обозначал, прежде всего, бесплатную работу представителей именно этой профессии. Термин не имеет российских аналогов, в полной мере отражающих его сущность, что сильно затрудняет проникновение, популяризацию и развитие этого явления в нашей стране.

Профессионализм помощи — главный критерий, максимально точно определяющий специфику Pro bono помощи и выделяющий ее на фоне других видов добровольчества. При этом важно учитывать, что Pro bono помощь требует от профессионала гораздо большей ответственности, чем, например, денежные пожертвования.

В современном мире практика Pro bono перестает быть отличительной особенностью сектора юридических услуг и включает в себя все больше участников, расширяя сферы оказываемых услуг и увеличивая число тех, кому эти услуги оказываются. Уже достаточно привычными стали Pro bono услуги консалтинговых компаний: аудиторские услуги, бизнес-планирование, консультирование по вопросам управления и бухгалтерии.

Проекты Pro bono, осуществляемые безвозмездно, позволяют привлекать новых клиентов, улучшают общественный имидж компании и способствуют обучению персонала. Проекты Pro bono для любой компании

могут быть хорошим инструментом продвижения на рынке, это не только положительный имидж, реклама компании и благотворительный маркетинг, а также бесплатное обучение новых сотрудников и повышенное внимание СМИ.

Эксперты видят потенциал развития этого направления и говорят о том, что услуги Pro bono могут стать глобальной практикой. Подтверждением этому является совместный проект России и Совета Европы.

Во второй главе Pro bono рассматривается как pr-инструмент эффективной благотворительности, определяется роль и значение практики Pro bono в спортивных организациях, формулируются предложения по использованию технологии Pro bono в деятельности сети спортивных клубов ALEX FITNESS.

Одним из важнейших условий эффективного функционирования компаний сегодня является реализация корпоративной стратегии в области связей с общественностью (PR) и выбранная компанией или фирмой корпоративная политика. Для того чтобы более полно понять роль и значение практики Pro bono в спортивных организациях, необходимо было провести исследование, используя технологии Pro bono как pr-инструмента эффективной благотворительности в деятельности спортивного клуба «Alex Fitness». Организация реализует программы по предоставлению фитнес-услуг для воспитанников детских домов, пенсионеров, людей с ограниченными возможностями. Сотрудники Alex fitness регулярно принимают участие в благотворительных акциях и социально значимых мероприятиях.

Проанализировав внешнюю среду фитнес клуба, мы пришли к выводу, что необходимо провести рекламную кампанию, чтобы иметь преимущества перед конкурентами, привлечь дополнительное число клиентов. Для того, чтобы еще больше усилить эффект узнаваемости, выбрали канал продвижения в социальных сетях, так как основная аудитория находилась

именно там. Рекламные мероприятия были начаты в июне - благотворительная акция «Худея-помогай!». Цель мероприятия – сбор средств, которые будут направлены на развитие спорта среди детей с ограниченными возможностями.

Спортивные, как коммерческие, так и некоммерческие, организации ежегодно по всей России проводят ряд спортивных крупномасштабных мероприятий. Однако всего персонала и членов организации практически всегда бывает недостаточно для организации и проведения мероприятия, в силу этого им также приходится прибегать к помощи волонтеров.

Физкультурно-спортивные организации направлены в основном на взаимодействие с молодежью студенческого возраста, оказывая начинающим спортсменам профессиональную поддержку в освоении вида спорта, получении навыков (как моральных, так и физических), воспитании духа спортсмена.

Самая распространенная благотворительная деятельность спортивных организаций осуществляется в форме поддержки детских домов. Причина – благоприятная оценка со стороны общественности, и если спортивная организация берет патронаж над детским домом, это улучшает ее имидж как среди болельщиков и местного населения, так и со стороны власти.

Спортивные клубы, проводя благотворительные акции, массово поддерживая различные благотворительные фонды не только материально, но и профессионально (мастер классы, тренинги, показательные выступления профессионалов), таким образом, увеличивают количество потребителей своих услуг.

Главное – понимать цель и значение подобных мероприятий спортивными организациями. Это не только одностороннее пожертвование своими средствами и временем, а, в первую очередь, идет на пользу самим организаторам благотворительных, спонсорских, волонтерских проектов.

Сейчас развитие Pro bono в России — процесс, который еще не пришел к эре своего расцвета, и эксперты видят широкие возможности для его

дальнейшего продвижения. Однако нужно отметить, что на развитие безвозмездной профессиональной помощи в нашей стране влияет целый ряд факторов. Таких, в частности, как отсутствие специального правового регулирования данного вопроса и наличие налоговых рисков у участников этих отношений. Также важной проблемой остаются неосведомленность целевых организаций о возможностях Pro bono и их неспособность управлять подобными проектами из-за ограниченности ресурсов.

Стимулирует развитие Pro bono помощи, в первую очередь, активность лидирующих компаний — амбассадоров Pro bono в России. Их опыт привлекает внимание к теме безвозмездных профессиональных услуг, а также влечет появление и развитие инфраструктуры.

Популяризация Pro bono, особенно среди молодых профессионалов — приоритетная задача для дальнейшего развития Pro bono в России. Именно такое волонтерство может стать удачным ценностным драйвером для современных людей, заполнить разрыв между миром личной карьеры, лояльности к компании и ответственностью перед обществом. Безвозмездные профессиональные услуги приносят ощутимую пользу всем вовлечённым субъектам — компаниям (инициаторам Pro bono программ для сотрудников), консультантам (добровольцам-профессионалам) и благополучателям.

На основании проделанного исследования, был сделан вывод о том, деятельность Pro bono является эффективным pr-инструментом организации. Ключевым фактором является бесплатная реклама. Благодаря широкому использованию Pro bono технологий спортивные организации значительно улучшают свой имидж, престиж в представлении целевой аудитории, располагая их доверием.