

Котт Анастасия Павловна, студент,
Воронежский экономико-правовой институт, ВЭПИ
Kott Anastasia Pavlovna, Student,
Voronezh Institute of Economics and Law, VEPI

Кузьменко Наталья Ивановна,
кандидат географических наук, доцент,
Воронежский экономико-правовой институт, ВЭПИ
Kuzmenko Natalia Ivanovna,
Voronezh Institute of Economics and Law, VEPI

К ВОПРОСУ О КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЕ СПОРТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ON THE QUESTION OF CORPORATE CULTURE OF SPORTS ORGANIZATIONS

Аннотация. В статье исследуются различные аспекты формирования корпоративной культуры в спортивных организациях. Обосновывается актуальность изучения данного феномена в условиях трансформации системы управления физической культурой и спортом. Проведён анализ основных научных подходов к определению сущности корпоративной культуры. Особое внимание уделено модели конкурирующих ценностей, позволяющей дифференцировать культурные типы по критериям гибкости и ориентации организации.

Abstract. This article examines various aspects of corporate culture formation in sports organizations. It substantiates the relevance of studying this phenomenon in the context of the transformation of physical education and sports management systems. It analyzes the main scientific approaches to defining the essence of corporate culture. Particular attention is paid to the competing values model, which allows for differentiating cultural types based on criteria of flexibility and organizational orientation.

Ключевые слова: Корпоративная культура, спортивные организации, организационная культура, персонал, спортивный менеджмент, командное взаимодействие.

Keywords: Corporate culture, sports organizations, organizational culture, personnel, sports management, teamwork.

В современных условиях развития социально-экономических отношений возрастает значение качественного управления организациями, включая учреждения сферы физической культуры и спорта. Усиление конкурентной среды, необходимость достижения стабильных результатов и адаптации к динамичным изменениям внешней среды обуславливают поиск новых управленческих инструментов. В этой связи корпоративная культура рассматривается как один из ключевых факторов, влияющих на эффективность функционирования организации, формирование благоприятного психологического климата и повышение уровня вовлечённости персонала [1]. Корпоративная культура формируется в организациях различных сфер хозяйствования. Интересным аспектом выступает формирование корпоративной культуры в спортивных организациях.

Специфика спортивных организаций проявляется в их двойственной природе: с одной стороны, они функционируют как управленческие структуры, с другой – ориентированы на достижение спортивных результатов. Это требует формирования особой системы ценностей, сочетающей дисциплину, ответственность, командное взаимодействие и ориентацию на достижение целей. Кроме того, корпоративная культура в данной сфере оказывает влияние не только на сотрудников, но и на спортсменов, формируя единое организационное пространство [7].



В научной литературе корпоративная культура по мнению различных авторов практически одинаково. Можно согласиться с средним определением данной дефиниции с Козловым В.В., который определяет «корпоративную культуру как совокупность устойчивых ценностных ориентаций, норм поведения и традиций, которые разделяются членами организации и определяют характер их взаимодействия» [4]. Данный феномен рассматривается как важнейший элемент организационной среды, влияющий на управленческие процессы и результаты деятельности. Одним из ключевых направлений исследования корпоративной культуры является её анализ как многослойной системы. В рамках данного подхода выделяются внешние проявления культуры (символы, ритуалы), декларируемые ценности и глубинные установки, формирующие поведенческие модели сотрудников. Такой подход позволяет рассматривать культуру не только как видимую характеристику организации, но и как механизм, определяющий её внутреннюю логику функционирования.

Наряду с этим широко используется типологический подход, предполагающий классификацию культур в зависимости от особенностей управления и организационной структуры. В частности, выделяются культура власти, ролевая культура, культура задачи и культура личности, что позволяет выявить взаимосвязь между стилем руководства и поведением персонала [2].

Значительное распространение получила модель конкурирующих ценностей, в рамках которой корпоративная культура анализируется через соотношение параметров «гибкость – стабильность» и «внутренняя – внешняя ориентация» [5]. В соответствии с данной моделью выделяются четыре типа культуры: клановая, адхократическая, рыночная и иерархическая. Применение данной модели позволяет комплексно оценивать культурные особенности организации и их влияние на её эффективность. Отечественные исследователи подчёркивают, что корпоративная культура выступает не только как социальный феномен, но и как инструмент управления, оказывающий влияние на мотивацию персонала, производительность труда и уровень организационной эффективности.

Корпоративная культура в спортивных организациях формируется под влиянием специфики их деятельности и обладает рядом отличительных характеристик. Прежде всего, следует отметить высокую значимость командного взаимодействия, что обуславливает преобладание клановых элементов культуры, ориентированных на сотрудничество, поддержку и развитие межличностных связей [6]. Одновременно функционирование спортивных организаций невозможно без чёткой регламентации процессов, что определяет наличие элементов иерархической культуры, обеспечивающей дисциплину, контроль и соблюдение установленных норм [2].

В условиях постоянного обновления методик подготовки спортсменов возрастает роль адхократической культуры, связанной с инновациями, экспериментированием и внедрением новых технологий. Это способствует повышению конкурентоспособности организации и её способности адаптироваться к изменениям внешней среды [3]. Рыночная культура проявляется в ориентации на достижение конкретных результатов, однако в спортивной сфере её роль ограничена, поскольку чрезмерная ориентация на результат может приводить к снижению психологического комфорта участников процесса.

Таким образом, корпоративная культура спортивных организаций представляет собой интеграцию различных культурных типов, что позволяет обеспечить баланс между стабильностью и гибкостью, формализацией и инновационностью.

Проведённый анализ позволяет сделать вывод о том, что корпоративная культура является значимым фактором, определяющим эффективность деятельности спортивных организаций. Она влияет на характер взаимодействия сотрудников, уровень их мотивации и



способность организации достигать поставленных целей. Изучение теоретических подходов показало, что корпоративная культура представляет собой сложную и многокомпонентную систему, включающую ценности, нормы и поведенческие установки. Специфика спортивной деятельности обуславливает необходимость формирования комплексной корпоративной культуры, сочетающей элементы различных типов. Такое сочетание обеспечивает устойчивое развитие организации, повышение эффективности управления и достижение высоких спортивных результатов.

Список литературы:

1. Армстронг, М. Практика управления человеческими ресурсами / М. Армстронг. – 15-е изд. – СПб.: Питер, 2021. – 848 с.
2. Баранов, П. П. Корпоративная культура в государственных учреждениях / П. П. Баранов, Л. В. Сидорова // Государственное и муниципальное управление. – 2023. – № 1. – С. 64-70.
3. Камерон, К., Куинн, Р. Диагностика и изменение организационной культуры / К. Камерон, Р. Куинн. – СПб.: Питер, 2021. – 320 с.
4. Козлов, В. В. Организационное поведение : учебник для вузов / В. В. Козлов. – М.: КНОРУС, 2021. – 226 с.
5. Кузьмин, В. А. Особенности формирования корпоративной культуры в спортивных организациях / В. А. Кузьмин // Теория и практика физической культуры. – 2021. – № 6. – С. 45-49.
6. Соломанидина, Т. О. Корпоративная культура организации: современные подходы к формированию и развитию: учебное пособие / Т. О. Соломанидина. – М.: Юрайт, 2022. – 176 с.
7. Хэнди, Ч. Понимание организаций: учебник / Ч. Хэнди. – М.: Альпина Паблишер, 2021. – 345 с.

