

УДК 796:613

С. В. Колтан, Е. В. Конеева

## КОРПОРАТИВНЫЙ СПОРТ И ЕГО МИССИЯ В РАЗВИТИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ

75

*Рассмотрены проблемы развития спорта как социального феномена, средства межкультурной коммуникации и развития международного бизнеса. Представлены данные об экспериментальной проверке разработанной модели корпоративного спорта.*

*This article considers the problems of development of sports as a social phenomenon and a means of cross-cultural communication and international business development. The authors present data on the experimental testing of the developed corporate sport model.*

**Ключевые слова:** спорт, корпоративный спорт, межкультурная коммуникация, межкультурные компетенции.

**Key words:** sport, corporate sport, cross-cultural communication, cross-cultural competences.

Как показывает практика, хорошо работать побуждают сотрудников самые простые вещи: социальный пакет, возможность дополнительного образования, спорт. Поддержка здорового образа жизни сегодня более чем актуальна: занятия спортом — это залог хорошего самочувствия и настроения сотрудников, а значит, их высокой работоспособности и эффективности труда. В одних компаниях сотрудникам выдают сертификаты в фитнес-клубы, в других открывают у себя корпоративные секции по теннису, футболу, баскетболу и другим видам спорта, в третьих организуют корпоративный тренажерный зал.

Тем не менее остается неизученным опыт использования корпоративного спорта в международном сотрудничестве.

Объектом нашего исследования стал спорт как социальный феномен, предметом — корпоративный спорт как направление развития спорта. В качестве гипотезы исследования было выдвинуто предположение о том, что разработанная модель использования корпоративного спорта окажется эффективной и будет способствовать повышению уровня физической подготовленности, здоровья, межкультурной коммуникации сотрудников и членов их семей, а следовательно, развитию и капитализации внутренних отношений в компаниях международного бизнеса.



Целью исследования мы определили обоснование модели использования корпоративного спорта для развития и капитализации внутренних отношений в компаниях международного бизнеса. Для достижения этой цели решались следующие задачи.

1. Изучить современное состояние проблемы развития корпоративного спорта и его место в решении социально-экономических задач.
2. Изучить мнение специалистов (российских и зарубежных предпринимателей) и членов их семей о возможностях корпоративного спорта для решения социально-экономических задач.
3. Разработать и экспериментально проверить модель корпоративного спорта как средства развития и капитализации внутренних отношений в международных компаниях.

В качестве методов исследования в соответствии с поставленными задачами были избраны теоретический анализ и обобщение, статистический анализ, анализ практического опыта международной компании по внедрению корпоративного спорта, опрос экспертов (руководящий состав ведущих российских компаний), сотрудников компаний и членов их семей, тестирование, наблюдения.

Теоретической базой исследования послужили труды отечественных и зарубежных авторов, посвященные проблемам развития корпоративного спорта как элемента корпоративной культуры, а также материалы периодической печати по теме работы и собственных исследований.

Аналитической базой стали статистические данные, публикации, личные наблюдения и выводы авторов, полученные в ходе проведения исследования.

Научная новизна исследования заключается в том, что в нем впервые изучено: состояние проблемы использования корпоративного спорта для решения социально-экономических задач; мнение специалистов в сфере бизнеса по использованию корпоративного спорта; мнение сотрудников международных компаний о корпоративном спорте; а также разработана и экспериментально проверена модель использования корпоративного спорта в таких компаниях.

Результаты исследования могут использоваться при проведении занятий со студентами и магистрантами — будущими менеджерами.

Для изучения современного состояния проблемы использования корпоративного спорта в решении социально-экономических задач было проанализировано более 100 источников психологической, управленческой, философской и педагогической литературы, посвященной исследованию особенностей организации культурно-досуговой деятельности на предприятиях, фирмах, в организациях как в России, так и в зарубежных странах — Норвегии, Голландии.

В результате анализа специальной литературы установлено, что корпоративный спорт — это одна из форм реализации социальной ответственности бизнес-сообщества, элемент управления сотрудниками, важная составляющая имиджа, способствующая расширению границ бизнеса и установлению новых деловых контактов. Корпоративный спорт нацелен не только на улучшение здоровья и физической подготовленности сотрудников, но и на формирование компетенций межкультурной коммуникации.



При помощи метода теоретического анализа и обобщения изучались методики опроса, направленные на исследование образа жизни и культурно-досуговой деятельности отдельных категорий населения.

В ходе анализа литературы установлено, что объективная потребность научного осмысления феномена корпоративного спорта является основанием для изучения его потенциала в развитии межкультурной коммуникации, оздоровлении и повышении уровня физической подготовленности современных людей в условиях общественных перемен.

Для решения задач исследования нами была разработана анкета и проведен опрос сотрудников в организациях, фирмах, предприятиях Москвы (Россия), Калининграда (Россия), Бергена (Норвегия) и Роттердама (Голландия).

В результате опроса установлено, что в компаниях проводится очень мало мероприятий, позволяющих стимулировать служащих компании к высокопроизводительному труду и межкультурной коммуникации.

Так, в международной компании «Vogé шип менеджмент ас.» (*Vaage Ship Management Ass.*), основанной в мае 2006 г. и владеющей 17 морскими судами, с головным офисом в Бергене, имеющей два филиала — один в Роттердаме, другой в Калининграде, в опросе участвовали 223 моряка: из комсостава — 132 человека (34 капитана, 34 старших помощников, 10 вторых помощников, 34 старших механика, 2 электромеханика); а также офисные сотрудники: в Бергене — 10 человек (из них 5 женщин), в Калининграде — 3 (из них 1 женщина), в Роттердаме — 4 (все мужчины) и члены их семей.

В результате опроса установлено, что стаж работников компании: более 5 лет — 125 моряков (в основном комсостав); от 3 до 5 лет — 60 человек; от 3 лет до 1 года — 25 (в основном рядовой состав); до 1 года — 13.

В компании, как указали сотрудники, практикуется проведение лишь нескольких ежегодных мероприятий, в число которых входят: встреча с капитанами и их женами (2 раза в год, принимают участие приблизительно 40 человек); рождественские банкеты (1 раз в год) для 60 человек персонала офисов компании; курсы английского языка для жен капитанов (2 раза в неделю, 12 человек); выезд всего персонала на природу (1 раз в 2 года, принимают участие более 200 человек, из них 40 — дети разного возраста), — а корпоративному спорту не придается серьезного значения.

Таким образом, в ходе опроса респондентов, работающих в международной компании «Vogé шип менеджмент ас.» и членов их семей, установлено, что все они, как англоговорящие, так и русскоговорящие, имеют представление о корпоративном спорте, его роли в развитии международного бизнеса, тем не менее не всегда принимают участие в спортивных мероприятиях.

Нами была разработана и экспериментально проверена модель корпоративного спорта как средства развития и капитализации внутренних отношений в международных компаниях. Данная модель включает следующие компоненты:

— *цель*: способствовать развитию корпоративного спорта в международной компании;



– *задачи*: изучить влияние занятий корпоративным спортом на здоровье, компетенции межкультурной коммуникации сотрудников и создать условия для повышения их эффективности;

– *принципы*: единство социально-нравственного и общекультурного развития личности; демократизация спортивной деятельности, предполагающая добровольность участия в ней, учет интересов и потребностей, развитие активности, творчества и инициативности; изучение и внедрение оздоровительных технологий; методическое обеспечение формирования ценностных ориентаций оздоровительной направленности; систематичность, преемственность и поэтапность формирования межкультурных компетенций; включение в содержание различных направлений занятий корпоративным спортом – развлекательное, туристическое, оздоровительное, теоретическое и т.д.;

– *технологии* – игровые, физкультурно-оздоровительные, здоровьесберегающие, психологические тренинги, ролевые игры и др.;

– *педагогические условия* – организационные, нормативно-правовые, научно-методические.

Для экспериментальной проверки эффективности модели нами было составлено две экспериментальные группы: в первую (ЭГ-1) вошли англоговорящие представители компании и члены их семей – 90 человек (30 мужчин, 30 женщин и 30 детей), во вторую (ЭГ-2) – все русскоговорящие сотрудники – также 90 человек (30 мужчин, 30 женщин и 30 детей).

Перед началом эксперимента и по его окончании проводилось исследование уровня физической подготовленности респондентов.

В результате экспериментальной проверки модели корпоративного спорта как средства развития и капитализации внутренних отношений в международных компаниях была выявлена ее эффективность, так как в экспериментальных группах были зафиксированы более высокие результаты, по сравнению с исходными, по всем показателям в обеих экспериментальных группах (табл.).

#### Среднегрупповые результаты тестирования физической подготовленности в экспериментальных группах до и после эксперимента

Показатель	ЭГ-1				ЭГ-2			
	До эксперимента		После эксперимента		До эксперимента		После эксперимента	
	Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины	Мужчины	Женщины
Тест Купера, м	1950,8 ± ± 99,7	1500,2 ± ± 102,1	2180,9 ± ± 79,6	1780,9 ± ± 66,7	1899,9 ± ± 89,9	1550,8 ± ± 89,1	2006,7 ± ± 76,9	1900,1 ± ± 70,9
Поднимание туловища, раз	17,8 ± ± 0,8	14,9 ± ± 1,2	22,4 ± ± 0,3	16,9 ± ± 0,6	21,8 ± ± 1,8	16,9 ± ± 1,2	25,2 ± ± 1,8	18,9 ± ± 0,9
Прыжок в длину, см	183,4 ± ± 9,2	155,5 ± ± 10,7	198,2 ± ± 2,1	160,7 ± ± 8,9	185,2 ± ± 11,3	150,2 ± ± 11,2	193,8 ± ± 8,97	157,6 ± ± 9,9



Из таблицы видно, что до эксперимента в обеих группах уровень физической подготовленности был ниже. Рассмотрим подробнее на примере результатов женщин. По тесту Купера результат в обеих группах был очень плохим и составлял в ЭГ-1  $1500,2 \pm 102,1$  м, в ЭГ-2 результат на 50 м лучше, чем в первой группе, но тоже очень низкий –  $1550,8 \pm 89,1$  м. По окончании эксперимента в обеих группах мы видим не очень значительные, но все же достоверные ( $P < 0,01$ ) данные, свидетельствующие о переходе показателя на удовлетворительный уровень. В ЭГ-1 прирост составил 280 м, и средний результат в группе женщин стал  $1780,9 \pm 66,7$  м; в ЭГ-2 прирост составил 350 м, а результат оказался  $1900,1 \pm 70,9$  м.

Объяснение факту повышения уровня общей выносливости мы находим в привлечении сотрудников к систематическим занятиям корпоративным спортом и создании условий для этого.

### Об авторах

Светлана Владимировна Колтан – ведущий документовед, Балтийский федеральный университет им. И. Канта, Калининград.

E-mail: SKoltan@kantiana.ru

Елена Владимировна Конеева – д-р пед. наук, проф., Московский институт психологии.

E-mail: Elena\_koneeva@mail.ru

### About the authors

Svetlana Koltan, Leading Record Manager, I. Kant Baltic Federal University, Kaliningrad.

E-mail: SKoltan@kantiana.ru

Prof. Elena Koneeva, Moscow Institute of Psychology.

E-mail: Elena\_koneeva@mail.ru