

ОСОБЕННОСТИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ ФКИС

А.Ф. Попова, А.А. Попова

**Уральский государственный университет физической культуры
nana2684@yandex.ru**

Данная статья – по своему содержанию – будет обзором мнений известных ученых по озаглавленному вопросу, то есть об особенностях корпоративной культуры территориального управления ФКиС. Цель ее – подчеркнуть данным обзором актуальность темы для дальнейших исследований в том же русле, с учетом специфики Челябинской области (Южного Урала, Урала в целом – как одного из российских центров активного развития физической культуры и спорта).

Одна из таких работ носит название «Корпоративная культура территориального управления» [1]. В одном из ее разделов приводится следующая схема (рис. 1). Региональное сообщество (корпорация) в ней отражает корпоративную культуру через многообразие норм и отношений, решая главную проблему – повышение уровня и качества жизни каждого человека. Принимая во внимание предложения хозяйствующих субъектов, тенденции рыночной экономики и общественные процессы по защите окружающей среды, финансовые, экономические, правовые, социальные и другие интересы своих членов, они реализуют тем самым корпоративный метод хозяйствования на территории» [3].

В этой же работе справедливо подчеркивается, что корпоративная культура – «это одновременно и процесс, и результат: она формирует человеческую ценность (сообщество) и в то же время является итогом связанных с этим взаимодействий». Одной из таких ценностей, на которую влияет корпоративная культура территориального управления, является ФКиС, активный образ жизни населения региона. Именно этому посвящена монографическая работа В.С. Якимовича «Культура в мире спорта» (6). Автор особый акцент делает на понятие «социокультуры», задавая при этом вопрос: Как осуществляются ментальные действия в культурном, историческом, институциональном контексте?

Спорт, пишет В.С. Якимович, является видом культуры (явлением культуры). И далее приводит слова М. Хайдеггера: «Человеческая деятельность понимается и организуется как культура. Культура теперь – реализация верховных ценностей путем культивирования высших человеческих достоинств» [5]. Одним из видов такой деятельности является игровая (или соревновательная) деятельность, имеющая свою «специфику ценностей» – и прежде всего «достижение социальной значимости в обществе посредством соревнований». Не случайно на Форуме «Россия - спортивная держава», состоявшемся в октябре 2009 года, подчеркивалась мысль о том, что спорт – лучшая идеология развития любого региона, инструмент мира и сотрудничества [4]. К этому важно добавить, что он же является все более важным фактором развития национальной экономики (через коммерциализацию спорта, его системное развитие).

На особую значимость корпоративной культуры территориального управления указывает в своих трудах А.Н. Митин [2]. По его мнению, привлекательность региона будет возрастать по мере формирования и становления данной культуры (культуры управленческой деятельности). В противном случае, добавляет автор, возможны «громадные убытки и невосполнимые потери».

Обобщая, можно дать следующее определение данному методу территориального управления физической культурой и спортом. Корпоративная культура – это система совместно принятых убеждений и представлений о существующих ценностях ФКиС; а также комплекс правил поведения, норм, принципов, предложений и суждений о месте и роли ФКиС в данном обществе (данном регионе).



Рисунок 1 – Выбор населением метода хозяйствования — метода решения проблем социального и экономического развития территории (региона)

Основные блоки формирования, становления и развития корпоративной культуры территориального управления данной сферой региональной экономики названы на рисунке 2. Подчеркнем, что одним из таких регионов является Челябинская область, экономика которой представляет собой территориальную систему экономических отношений, интегрированную в национальную и мировую экономику.

Целью ее функционирования является обеспечение в регионе цивилизованных условий жизни населения при рациональном использовании благоприятных географических, климатических, геополитических, социально-экономических факторов и природных ресурсов. Отмеченное касается всех сфер региональной (корпоративной) экономики, в том числе и экономики ФКиС.

Одной из функций последней является формирование здорового образа жизни и коммерциализация спорта высших достижений. Реализация этой функции зависит от максимального учета региональных факторов, а это, в свою очередь, определяется корпоративной культурой территориального управления ФКиС, этапы развития которой следующие: этап введения системных изменений; этап системной адаптации; этап структурной адаптации. Последний из этих этапов становится все более актуальным для экономики ФКиС Челябинской области.

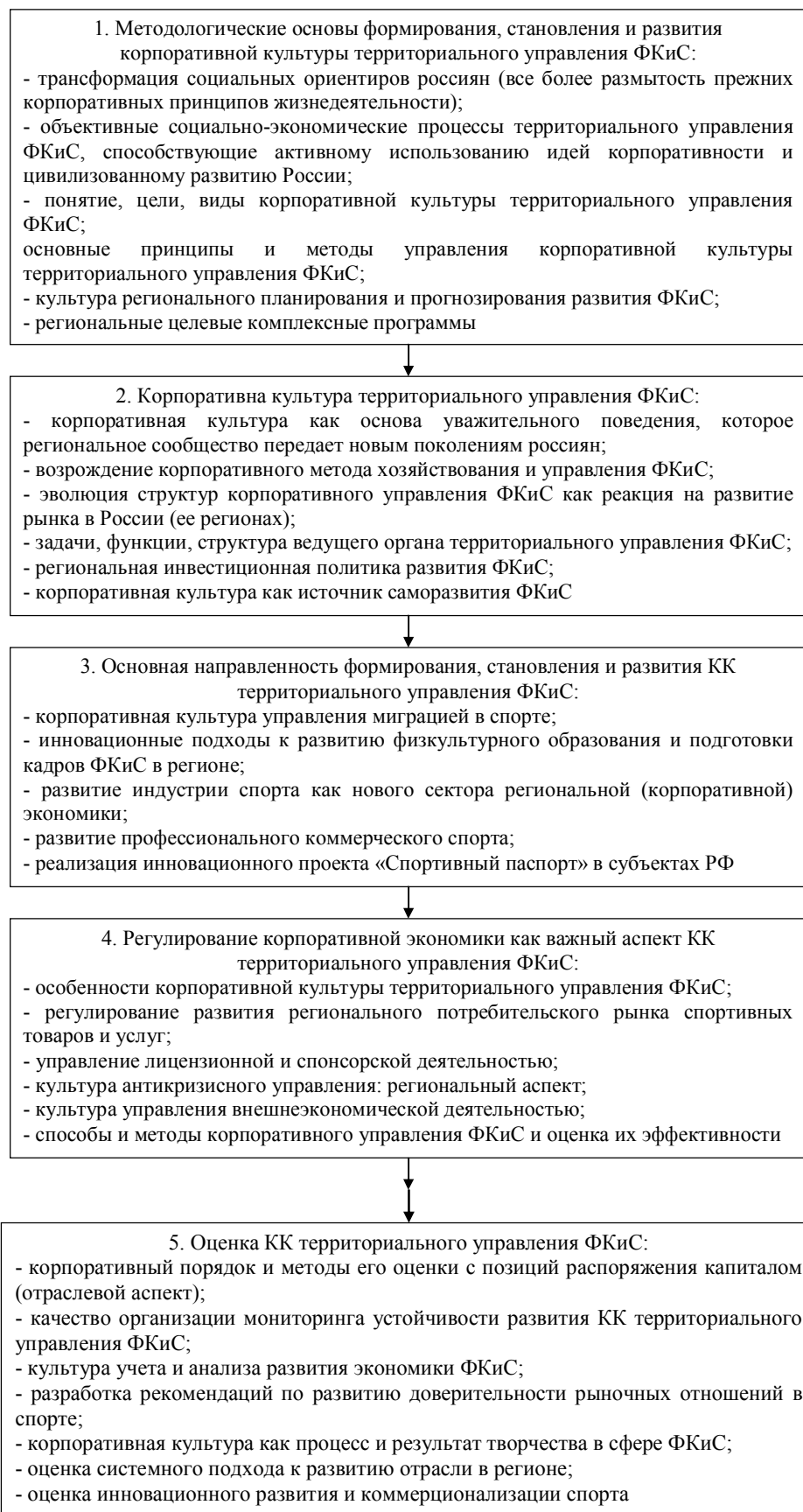


Рисунок 2 – Основные блоки формирования, становления и развития корпоративной культуры (КК) территориального управления ФКиС

Литература

1. Мельников, С.Б. Корпоративная культура территориального управления / С.Б. Мельников, В.А. Николаев // Регион: ресурсы местного саморазвития. Спецкурс. Вып. 8. Науч. ред. Ю.П. Алексеев, Б.Е. Шпилев. – М.: Изд. БСТ, 1999. – с. 39–48.
2. Митин, А.Н. Культура власти и управления / А.Н. Митин. – Екатеринбург: УАГС, 2011. – 593 с.
3. Региональная экономика / Под ред. В.И. Видянина, М.В. Степанова. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 666 с.
4. Форум «Россия – спортивная держава». Программа семинаров, конференций и круглых столов. Казань – 22–25 октября 2009 года. – Казань, 2009. – 47 с.
5. Хайдеггер, М. Время картины мира / М. Хайдеггер // Новая технократическая волна на Западе. – М., 1986. – 93 с.
6. Якимович, В.С. Культура в мире спорта / В.С. Якимович. – М.: СовСпорт, 2006. – 164 с.