

Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal <https://esj.today>

2023, Том 15, № 1 / 2023, Vol. 15, Iss. 1 <https://esj.today/issue-1-2023.html>

URL статьи: <https://esj.today/PDF/16ECVN123.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Сафронова, Ж. С. Особенности интересов к корпоративному спорту и здоровому образу жизни будущих сотрудников производственных фармацевтических предприятий / Ж. С. Сафронова, А. В. Коваленко, А. А. Халимова, М. С. Балабанов // Вестник евразийской науки. — 2023. — Т. 15. — № 1. — URL: <https://esj.today/PDF/16ECVN123.pdf>

For citation:

Safronova Zh.S., Kovalenko A.V., Khalimova A.A., Balabanov M.S. Peculiarities of interest to corporate sports and a healthy lifestyle of future employees of pharmaceutical manufacturing enterprises. *The Eurasian Scientific Journal*. 2023; 15(1): 16ECVN123. Available at: <https://esj.today/PDF/16ECVN123.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

УДК 331.108

Сафронова Жанна Сергеевна

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный химико-фармацевтический университет»
Министерство здравоохранения Российской Федерации, Санкт-Петербург, Россия
Доцент кафедры «Экономики и управления»
Кандидат педагогических наук, доцент
E-mail: shan_safronova@mail.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2231-5655>
РИНЦ: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=430717

Коваленко Анна Владимировна

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный химико-фармацевтический университет»
Министерство здравоохранения Российской Федерации, Санкт-Петербург, Россия
Доцент кафедры «Экономики и управления»
Кандидат экономических наук
E-mail: anna.kovalenko@pharminnotech.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0314-841X>
РИНЦ: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=868101

Халимова Алина Азатовна

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный химико-фармацевтический университет»
Министерство здравоохранения Российской Федерации, Санкт-Петербург, Россия
Старший преподаватель кафедры «Экономики и управления»
E-mail: alina.khalimova@pharminnotech.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1875-062X>
РИНЦ: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=767245

Балабанов Максим Сергеевич

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный химико-фармацевтический университет»
Министерство здравоохранения Российской Федерации, Санкт-Петербург, Россия
E-mail: balabanov.maksim@pharminnotech.com

Особенности интересов к корпоративному спорту и здоровому образу жизни будущих сотрудников производственных фармацевтических предприятий

Аннотация. В статье поднимается ряд вопросов, направленных на рассмотрение корпоративной культуры с позиции ценностного отношения к спорту, физической культуре и здоровому образу жизни персонала. Авторы отмечают актуальность целенаправленного

формирования корпоративной культуры на рациональной основе. Обращают внимание, что сила корпоративной культуры зависит от простоты в усвоении, понимании и принятии персоналом ценностей предприятия. Развитие спорта и мероприятий, направленных на здоровый образ жизни являются одними из самых понятных и положительно воспринимаемых факторов в обществе, могут являться основой формирования корпоративной культуры. Раскрывается суть понятий «корпоративный спорт», «физическая культура», сделан вывод, что их трактовка придает им не только терминальное, но и инструментальное значение в развитии корпоративной культуры предприятий. Особое внимание уделяется развитию корпоративного спорта в производственных фармацевтических компаниях. Авторы обосновывают, что для корпоративной культуры таких предприятий, система ценностей, норм и правил, основанных на идее развития корпоративного спорта, является наиболее органичной и функциональной. В статье приведены примеры практической интеграции спорта и физической культуры в корпоративную культуру отдельных фармацевтических предприятий. Отмечено, что не все практики можно считать успешными. Сделано заключение, что корпоративный спорт — явление, малоизученное в рамках предприятий. Также описаны результаты исследования интереса к корпоративному спорту и здоровому образу жизни у молодежи, будущих сотрудников фармацевтических предприятий. Показан интерес молодежи к определенным видам спорта и физической активности, среди которых: волейбол, плавание, фитнес, спортивный туризм и др. Выявлено желание молодежи, чтобы работодатель поддерживал и развивал корпоративный спорт. В заключении обоснованы выводы о необходимости интеграции, координации, расширении возможностей развития корпоративного спорта в культуре производственного фармацевтического предприятия.

Ключевые слова: корпоративная культура; корпоративный спорт; управление персоналом; поведение; молодежь; бизнес-процессы; профессионально важные качества; деятельность; интерес; фармацевтическое производственное предприятие

Введение

Тематика корпоративной культуры широко представлена в литературе практически со времен Т. Парсонса, когда вводится понятие «организационная культура», трансформировавшееся в 80-х годах XX века в понятие «корпоративная культура». Несмотря на существующий в науке дискурс, считать ли данные понятия идентичными, мы будем основываться на точке зрения о тождественности данных понятий, концентрируя внимание на содержательной стороне. Так, большинством авторов корпоративная культура рассматривается как необходимое условие эффективного функционирования организации, как совокупность материальных и духовных ценностей, норм, правил, стандартов поведения, отражающих особенности организации, принципы ее развития и существования в современных условиях, как условие формирования благоприятного имиджа, как действенный инструмент управления и конкурентоспособности компании [1–5]. По определению Е.А. Ивановой, корпоративная культура — «пространство, в котором сосуществуют все бизнес-процессы, составляющие суть деятельности организации» [5, с. 87].

Исследователи подробно рассматривают специфику корпоративных культур исходя из особенностей развития компании, инфраструктуры, конъюнктуры рынка труда. Одним из важных выводов является утверждение, что независимо от типа корпоративной культуры, ее структуры, основополагающих принципов, функций и условий ее формирования (стихийных или специально организованных) она является фундаментом экономической деятельности компании, в ней происходит согласование трудовых процессов, интересов организации и ее работников, субъектов внешней и внутренней среды, она является главным регулятором ценностных ориентаций — устойчивых, смыслообразующих факторов поведения, различного

рода отношений. Важно отметить, что сила корпоративной культуры определяется «степенью принятия членами организации основных ценностей фирмы и степенью их преданности этим ценностям» [6, с. 130]. Структура ценностей корпоративной культуры должна быть понятной, непротиворечивой, единой и привлекательной для персонала организации, формировать необходимые установки к труду и взаимодействию, создавать готовность к качественной коммуникации, быть объединяющей, мотивирующей к достижению совместных целей, поддерживать репутацию компании на высоком уровне. Существенным вопросом является то, на какой основе создавать данную систему, которая отвечает всем перечисленным требованиям?

Один из современных трендов в развитии корпоративной культуры — это развитие спорта в организациях, внедрение мероприятий, направленных на поддержание здоровья и здорового образа жизни [7–10]. Данный тренд понятен большинству людей, чаще всего находит положительный отклик у акторов, является практически неоспоримой рациональной ценностью в обществе. К тому же спорт и физическая культура в рамках корпоративной культуры предприятия является важным вкладом в решение государственных задач по «формированию системы мотивации граждан к здоровому образу жизни, включая здоровое питание и отказ от вредных привычек»¹.

Поддержание здорового образа жизни в современном мире для многих людей является первостепенной задачей. Сотрудник, обладающий хорошим физическим здоровьем, как правило, более устойчив к влиянию стрессоров, менее склонен к психоэмоциональным перегрузкам, эффективен в деятельности, поскольку не ограничен в активности, то есть является важным ресурсом и капиталом компании. Кроме прочего, культивирование спортивной деятельности в коллективе предприятия дисциплинирует, поддерживает положительный социально-психологический климат коллектива, позволяет осознавать ценность личности как участника командного процесса, благодаря непринужденному командообразованию позволяет эффективно профилактировать и решать конфликтные ситуации (психологические механизмы спорта). Корпоративный спорт является одним из связующих элементов всех уровней корпоративной культуры. Спортивная деятельность, которую развивает компания в рамках корпоративной культуры, имеет ряд преимуществ, способствует развитию профессионально важных качеств и личностных свойств: коммуникабельность, ответственность за себя и «команду», целеустремленность, выдержанность, настойчивость и др. Для работодателя создает дополнительные возможности в снижении текучести кадров путем привлечения наиболее лояльных и заинтересованных сотрудников в компанию, создает важные репутационные характеристики и дополнительный PR для компании, в конечном итоге, актуализирует интерес потребителя к продукции, создавая дополнительные положительные ассоциативные связи.

Рассмотрим терминологию опираясь на нормативные правовые акты. Под корпоративным спортом понимается «часть массового спорта, направленная на физическую подготовку, физическое развитие работников организаций, объединенных отраслевой принадлежностью или принадлежностью к профессии, государственных корпораций, органов государственной власти и органов местного самоуправления, членов их семей и на организацию и проведение физкультурных мероприятий и спортивных мероприятий среди указанных работников, членов их семей, в том числе реализуемая при содействии физкультурно-спортивных обществ».² «Физическая культура — часть культуры,

¹ Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 204 — URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/43027>.

² Федеральный закон от 04.12.2007 N 329-ФЗ (ред. от 28.12.2022) "О физической культуре и спорте в Российской Федерации" — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_73038/b819c620a8c698de35861ad4c9d9696ee0c3ee7a/.

представляющая собой совокупность ценностей, норм и знаний, создаваемых и используемых обществом в целях физического и интеллектуального развития способностей человека, совершенствования его двигательной активности и формирования здорового образа жизни, социальной адаптации путем физического воспитания, физической подготовки и физического развития».² Такая трактовка рассматриваемых понятий создает широкие возможности для использования данных феноменов — ценностей в корпоративной культуре и придает им не только терминальное, но и инструментальное значение.

Спорт в корпоративной культуре производственных фармацевтических предприятий

Гипотетически, для культуры производственного фармацевтического предприятия система ценностей, норм и правил, основанных на идее развития корпоративного спорта, должна быть движущей силой повышения эффективности деятельности, источником развития и удержания персонала, а главное, проводником норм и ценностей, которые являются неотъемлемым условием развития фармацевтической отрасли, поддерживающей самый важный национальный ресурс — здоровье населения.

При рассмотрении существующих практик интеграции спорта и физической культуры в корпоративную культуру фармацевтических производственных предприятий, обращает на себя внимание то, что крупные игроки на фармацевтическом рынке уже включились в данный процесс и транслируют спортивные ценности достаточно широко. Так, например, в фармацевтической компании по производству лекарственных препаратов Solofarm существует целое направление SoloClub нацеленное на развитие стремления «к активному и здоровому образу жизни» в корпоративной культуре «...рамки которой не ограничены обыденными представлениями о корпоративных мероприятиях. Мы ценим труд, и мы ценим хороший отдых».³ Участники SoloActive занимаются рафтингом, сар-сёрфингом и др., тематика спортивных мероприятий регулярно обновляется. Особого внимания заслуживает опыт развития корпоративного спорта фармацевтической компании «Биннофарм Групп» (объединяет пять крупных производственных площадок в разных регионах России). Данная компания принимает участие в сезонных спартакиадах, забегах, «Играх героев» и других аналогичных мероприятиях уже на постоянной основе. В компании созданы все условия для здорового образа жизни, занятий лечебной физкультурой, волейболом, баскетболом и др. командными видами спорта.⁴ Производственная фармацевтическая компания Акрихин практически в каждое корпоративное мероприятие старается интегрировать спортивную повестку: проводит спортивные состязания, организует спортивные локации на масштабных мероприятиях, поддерживает спортивные состязания.⁵ Характерной особенностью является добровольное включение всех членов семьи в данные мероприятия, тем самым происходит интеграция более широкого ряда стабилизирующих ценностей в корпоративную культуру.

Подобные направления развития спорта и здорового образа жизни можно найти в корпоративных культурах многих производственных фармацевтических компаний. Нельзя не отметить, что в отдельных компаниях существуют заявления о развитии спорта и ориентация на здоровый образ жизни в корпоративной культуре, но фактически мероприятия сводятся к возможности приобрести персоналу абонемент в спортивный зал за счет работодателя (компенсации спортивных занятий вне офиса), разовыми премиями за отказ от курения и

³ SOLOPHARM // Клуб SOLO. SoloActive [Электронный ресурс] — URL: <https://solopharm.com/career/club> (дата обращения 18.01.2023).

⁴ Биннофарм Групп [Электронный ресурс] — URL: <https://www.binnopharmgroup.ru/search/?q=корпоративная+культура> (дата обращения 18.01.2023).

⁵ АКРИХИН [Электронный ресурс] — URL: <https://vk.com/akrihin.official> (дата обращения 18.01.2023).

вредных привычек. Здесь встает вопрос о том, что считать уровнями и критериями развития спорта и здорового образа жизни в корпоративной культуре предприятия?

Таким образом, актуальность совершенствования корпоративной культуры фармацевтических предприятий путем развития спорта обусловлена потребностью поиска и внедрения новых конкурентных подходов в систему управления персоналом, развитию существующих традиций с учетом интересов работников. Это возможно посредством продуманной политики компании в удовлетворении потребностей сотрудников и учета национальных идей государства и общества. Выполняя ряд функций: здоровьесберегательную, социальную, культурную, рекреационную, мотивационную и мн. др., спортивные мероприятия на фармацевтических предприятиях способствуют не только повышению эффективности управления персоналом, но и поддержанию репутации, узнаваемости продукции, развитию внешних связей, привлечению деловых партнеров, инвесторов.

По существу, уровень востребованности корпоративного спорта в России достаточно высокий, особенно если взять такую категорию населения как молодежь [11]. Однако следует отметить, что спорт в корпоративной культуре является малоизученным, особенно в рамках отдельных компаний. Прежде чем приступить к каким-либо нововведениям и преобразованиям в корпоративной культуре предприятия, руководителям важно понимать, насколько они будут актуальны и приемлемы для сотрудников, как будут сопряжены интересы сотрудников с интересами самой организации, какие направления следует развивать, в каком количестве и качестве. Важно понять, в чем состоят интересы сотрудников к спорту, каков характер данных интересов, а не навязывать их с позиции модных трендов или личных предпочтений работодателя.

Методология исследования

Целью исследования является выявление особенностей интересов к корпоративному спорту и здоровому образу жизни у молодежи, будущих сотрудников фармацевтических предприятий. В ходе исследования были выполнены следующие задачи: обоснована актуальность выбранной темы; определены методы исследования и выборка исследования; проведен анализ результатов и обоснованы выводы.

В качестве методов исследования были выбраны: системный анализ и социологический опрос-анкетирование. Методологической основой исследования выбраны подходы к социологическому исследованию В.И. Добренкова, А.И. Кравченко, В.А. Ядова [12; 13]. Анкета состояла из пула вопросов с выбором вариантов ответов. Обработка результатов происходила посредством статистического метода автоматизированных количественных данных Google Forms.

Методом случайной выборки определено количество респондентов. В опросе приняли участие студенты фармацевтического и медицинских вузов Санкт-Петербурга (СПХФУ, ПСПбГМУ, СПбГПМУ, СЗГМУ имени И.И. Мечникова, НМИЦ имени В.А. Алмазова), всего 281 человек — респонденты, являющиеся потенциальными сотрудниками биотехнологических и фармацевтических промышленных предприятий.

Результаты исследования и обсуждение

По гендерному признаку респонденты разделились следующим образом: 70 % женщины и 30 % мужчины, что также отражает тенденции на фармацевтическом рынке. Анализ результатов показал, что наиболее активными участниками опроса стали студенты СПХФУ (47 %); СПбГПМУ (34 %); СЗГМУ имени И.И. Мечникова (16 %), которые планируют, в силу

специфики направления образования, связать свою деятельность с производственными фармацевтическими предприятиями.

На прямой вопрос, каково ваше отношение к спорту и/или физической культуре, были получены следующие ответы. Подавляющее большинство — 82 % респондентов, высказали положительное отношение, нейтральное отношение обнаружено всего у 15 % респондентов и незначительное количество респондентов испытывают отрицательное отношение (рис. 1).



Рисунок 1. Отношение к спорту и/или физической культуре респондентов

Из последующих ответов удалось выяснить, что постоянно занимаются спортом и/или физической культурой большинство респондентов (63 %), периодически занимаются спортом и/или физической культурой около трети респондентов (29 %), остальные не считают нужным обращать на это внимание, причем около 5 % из них, в прошлом занимались профессиональными видами спорта. Исходя из ответов на вопрос, какое значение имеет спорт и/или физическая культура для респондентов, самыми популярными ответами были: «поддержание физической формы», «укрепление здоровья», «самосовершенствование», «образ жизни».

Респондентам было предложено ответить на вопрос, какие виды спорта являются самыми привлекательными для них (всего было предложено 15 вариантов ответов, а также можно было написать свой альтернативный ответ). В результате, было получено 45 вариантов видов спорта, но самыми привлекательными вариантами были признаны следующие: волейбол и баскетбол (52 %); водные виды спорта (33 %); легкая атлетика (30 %); футбол и бадминтон (соответственно по 22 %); бокс и единоборства (16 %) и др. (рис. 2).

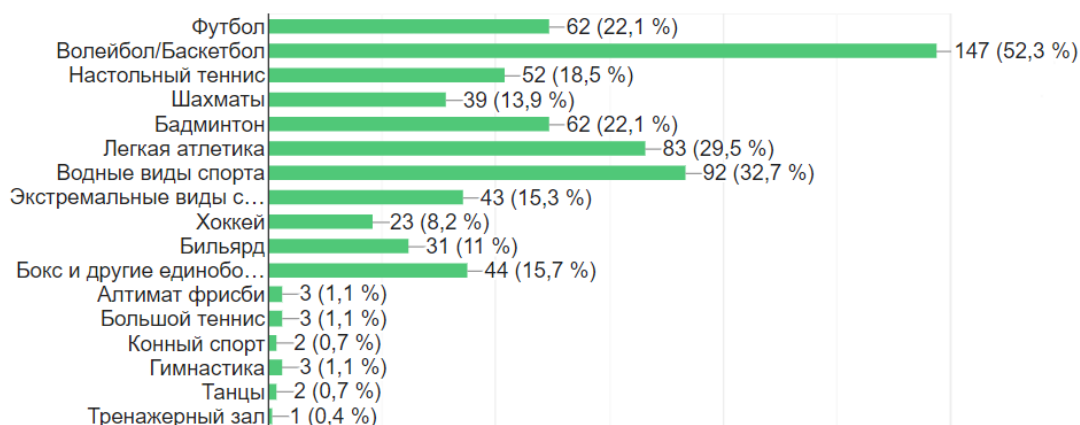


Рисунок 2. Самые привлекательные виды спорта

Предварительный анализ результатов показал, что преобладают командные виды спорта, это создает определенные предпосылки для их развития в корпоративной культуре. Также, данные виды спорта, чаще всего развиваются и функционируют в образовательных учреждениях, в том числе вузах. Последнее обстоятельство может создать преимущество в развитии спорта на фармацевтических предприятиях.

На вопрос, какие виды физической культуры вам нравятся в наибольшей степени, были получены следующие результаты (рис. 3). В данном случае, также было предложено 7 вариантов ответов и возможность написать свой альтернативный ответ. В результате, было получено 25 вариантов физической активности, которые включали: занятия на турнике, ходьбу, игры с мячом и др. (единичный выбор).

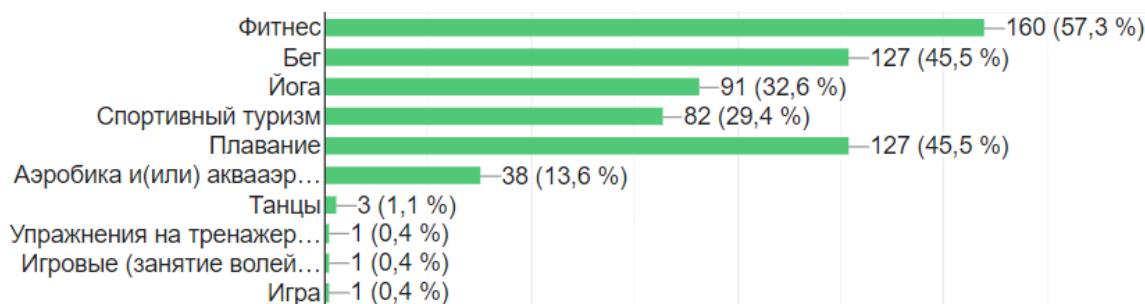


Рисунок 3. Самые привлекательные виды физической культуры

Анализ ответов позволил заключить, что предпочитаемые виды физической активности — фитнес (57 %); бег и плавание (соответственно, по 46 %); йога (33 %); спортивный туризм (30 %). Таким образом, можно предположить, что существует тенденция к групповой активности, поскольку в большинстве случаев возможны командные состязания в рамках развития корпоративной культуры.

Ответы на вопрос, важно ли, чтобы будущий работодатель поддерживал корпоративными мероприятиями стремление респондентов к занятиям спортом и/или физической культурой, показали актуальность для них данной поддержки (рис. 4).

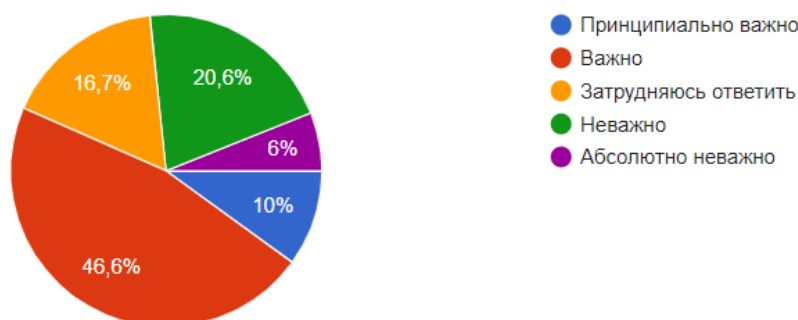


Рисунок 4. Актуальность поддержки работодателя стремления работников к занятию спортом и/ или физкультурой

Так 57 % респондентов считают важным, чтобы будущий работодатель поддерживал стремление будущих работников предприятий к занятиям спортом или физической культурой. Затруднились с ответом 17 % респондентов. Для 26 % респондентов данная поддержка не важна (причина данных ответов требует дальнейших исследований, которые могут дать дополнительные данные для анализа). Возможно, некоторые респонденты не нуждаются во внешней поддержке и стимулировании, имеют необходимую мотивацию.

Финальный вопрос заключался в том, какие виды спорта и/или физической культуры хотели бы видеть респонденты на будущем месте работы. Анализ результатов позволил сделать вывод, что будущим сотрудникам интересны и желательны: фитнес (54 %); волейбол и баскетбол (43 %); йога (40 %); бег (34 %); водные виды спорта (33 %); спортивный туризм (24 %); настольный теннис (24 %) и др. (рис. 5).

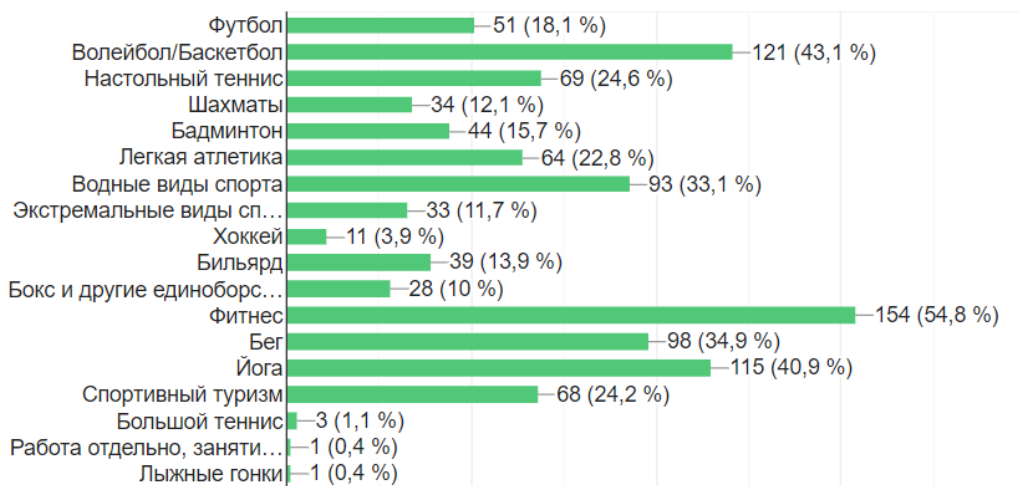


Рисунок 5. Желательные виды спорта и/или физической культуры на будущем месте работы

Сравнительный анализ предыдущих ответов показал, что интерес к физической культуре и спорту сохраняется, но намечается тенденция некоторого количественного снижения стремления к занятию видами «профессионального» спорта и увеличение стремления заниматься физической культурой, что можно объяснить большим фокусом на профессиональную самореализацию. Также очевидны объективные ограничения занятий спортом в профессиональной среде рассматриваемого работодателя. Фактом остается стойкий интерес к спорту и физической культуре у молодежи.

Заключение

Идея корпоративного спорта и физической культуры находит отклик в теории и практике развития корпоративной культуры современных предприятий, однако является слабо изученным феноменом. Поскольку корпоративная культура производственных фармацевтических предприятий направлена на поддержание национального ресурса — здоровья населения, устойчивость и сила такой культуры будет определяться интеграцией ценностных ориентаций работодателя и сотрудников, учетом интересов обеих сторон к здоровью и здоровому образу жизни, спецификой этих интересов. Координирующая роль в корпоративной культуре принадлежит работодателю, что обеспечивает согласованность действий в развитии необходимых установок в поведении, общении, деятельности во внутренней и внешней среде, а также определении количества и качества мероприятий, направленных на развитие и трансляцию здорового образа жизни сотрудников.

Исходя из исследования, будущие сотрудники фармацевтических предприятий, получающие образование в области фармации и медицины, имеют устойчивый интерес и ценностное отношение к спорту и/или физической культуре. Большинство занимаются спортом, физической культурой и имеют установки на здоровый образ жизни. Популярные среди молодежи виды спорта: волейбол, баскетбол, водные виды спорта, легкая атлетика, футбол, бадминтон, а также виды физической культуры: фитнес, плавание, бег, йога, спортивный туризм, молодежь показывает большую приверженность к командному взаимодействию. В современных реалиях, умение работать в команде — это важная характеристика персонала, требующая ответственности, скоординированности действий, взаимоуважения к членам группы. Молодежь проявляет желание, чтобы будущий работодатель поддерживал их стремление к занятию спортом и/или физической культурой. Причем, пул востребованных спортивных и/или физкультурных мероприятий существенно не отличается от того, чем занимаются сейчас молодые люди и чем хотели бы заниматься при поддержке

работодателя, но появляются новые интересы к настольному теннису и шахматам. Это создает дополнительные условия для расширения возможностей развития корпоративного спорта, включенность всех сотрудников предприятия в корпоративный спорт и/или физическую культуру, способствует созданию уникальных мероприятий, направленных на социальную адаптацию, физическое и интеллектуальное развитие, здоровый образ жизни.

Развитие корпоративного спорта и/или физической культуры, здорового образа жизни является актуальным и перспективным направлением в корпоративной культуре, что подкреплено исследованием интересов будущих сотрудников производственных фармацевтических предприятий. Еще раз подчеркнем, что развитие данной тенденции в корпоративной культуре производственного фармацевтического предприятия удовлетворяет интересы работодателя, сотрудников и учитывает национальные идеи государства и общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гримашевич О.Н., Жданов С.А. Формирование корпоративной культуры предприятий в современных российских условиях // Вестник СГСЭУ. 2018. № 3(72) С. 55–58.
2. Морозов В.А. Культура организаций — источник их совместимости и взаимодействия // Креативная экономика. 2016. Т. 10. № 7. С. 849–868.
3. Ермишина Е.Б. Корпоративная культура как основополагающий фактор успешного развития организации // Научный вестник южного института менеджмента. 2017. № 1. С. 56–62.
4. Иванова Е.А. Корпоративная культура как стратегический фактор развития промышленного предприятия // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2014. № 3(47). С. 84–89.
5. Кудряшов В.С. Основы формирования и развития корпоративной культуры в организации // *Juvenis scientia*. Экономические науки. 2018. № 8. С. 4–8.
6. Алексеев А.Н. Корпоративная культура предприятия в условиях инновационной экономики // Транспортное дело России. 2014. № 2. С. 129–131.
7. Колтан С.В., Конеева Е.В. Корпоративный спорт и его миссия в развитии международной компании // Вестник Балтийского федерального университета имени И. Канта. 2014. № 5. С. 75–79.
8. Гаффарова С.Ф. Концепция внедрения спорта в корпоративные программы по поддержке здорового образа жизни сотрудников предприятия / С.Ф. Гаффарова, Р.Р. Галияхметова, А.М. Белов // Казанский экономический вестник. 2021. № 3(53). С. 79–83.
9. Волкова М.А. Актуальные тенденции развития корпоративного спорта за рубежом и их внедрение в Российской Федерации / М.А. Волкова, Ю.О. Иванова // Вестник алтайской Академии экономики и права. 2022. № 5. С.183–189.

10. Маякова В.В., Шабанова Т.И. Занятия спортом как элемент корпоративной культуры // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. 2019. № 11. С. 151–156.
11. Восколович Н.А., Юнусов Р.И. Проблемы вовлечения российского населения в занятия спортом // Интеллект. Инновации. Инвестиции / Intellect. Innovations. Investments 2020. № 3. С. 31–41.
12. Добреньков, В.И. Современная социология: теоретико-методологические основания и перспективы / Добреньков В.И., Кравченко А.И. — Москва: Академический Проект, 2020. 712 с.
13. Ядов В.А. Стратегии социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. — М.: Добросвет, 2000. 596 с.

Safronova Zhanna Sergeevna

«Saint Petersburg State Chemical and Pharmaceutical University»
of the Ministry of Healthcare of the Russian Federation, Saint Petersburg, Russia
E-mail: shan_safronova@mail.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2231-5655>
RSCI: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=430717

Kovalenko Anna Vladimirovna

«Saint Petersburg State Chemical and Pharmaceutical University»
of the Ministry of Healthcare of the Russian Federation, Saint Petersburg, Russia
E-mail: anna.kovalenko@pharminnotech.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0314-841X>
RSCI: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=868101

Khalimova Alina Azatovna

«Saint Petersburg State Chemical and Pharmaceutical University»
of the Ministry of Healthcare of the Russian Federation, Saint Petersburg, Russia
E-mail: alina.khalimova@pharminnotech.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1875-062X>
RSCI: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=767245

Balabanov Maxim Sergeevich

«Saint Petersburg State Chemical and Pharmaceutical University»
of the Ministry of Healthcare of the Russian Federation, Saint Petersburg, Russia
E-mail: balabanov.maksim@pharminnotech.com

Peculiarities of interest to corporate sports and a healthy lifestyle of future employees of pharmaceutical manufacturing enterprises

Abstract. The article raises a number of questions aimed at examining corporate culture from the standpoint of valuable relations to sports, physical culture, and a healthy lifestyle of staff. The authors research purposeful formation of corporate culture on rational basis. They conclude that the strength of corporate culture depends on simplicity of perception and understanding of enterprise personnel. The implementation of sports related to healthy lifestyles is the most common and acceptable in the society, which may be associated with formation of the corporate culture. They explore concepts of "corporate sport", "physical culture" and come to the conclusion that their interpretation has not only a terminal, but also a contributory value in development of the corporate culture of enterprises. The authors study development of corporate sports in manufacturing pharmaceutical companies. They prove that the system of values, rules, and regulations based on the idea of corporate sports is the most functional for the corporate culture of such enterprises. The article provides examples of practical integration in the field of major sports and physical activities in the corporate culture in relation to pharmaceutical enterprises. They do not find all practices to be significant. Also, corporate sport is a phenomenon understudied within the framework of enterprises. They show the results of studies of involvement in corporate sports and a healthy lifestyle among young people, future employees of pharmaceutical enterprises. Young people are interested in sports and physical activities such as volleyball, swimming, fitness, sports tourism, and etc. The employees want the employer to implement and support corporate sports. In conclusion, it is necessary to identify and expand opportunities for development of corporate sports in the culture of manufacturing pharmaceutical enterprises.

Keywords: corporate culture; corporate sports; personnel management; behavior; youth; business processes; professionally important qualities; activity; interest; production pharmaceutical enterprise