

**P.A. Andreev**

## **SPECIFIC FEATURES OF SOCIO-ECONOMIC ACTIVITIES AND IMPROVEMENT OF CULTURAL INSTITUTIONS COMPETITIVENESS**

**Piotr Andreev** – project manager of “Museum Technologies”, Saint-Petersburg; **e-mail:** andreevpeter@yandex.ru.

*The article defines and analyzes specific features of socio-economic activity that enables the management of cultural institutions to make sound decisions in order to meet desired economic and social targets as well as to enhance competitiveness of services and to increase competitive advantages.*

*The structure of the article reflects the logical sequence of the problems and processes under study in the activity of cultural institutions. The peculiarities of financing the services provided by cultural institutions are determined by the need for multi-channel and multi-tier funding along with the improving the quality and competitiveness of the given services.*

*The author's contribution to the development of scientific propositions of the topic is in concentrated synthesis and analysis of specific features of cultural institutions, in proposed recommendations for improving the competitiveness of cultural services and increasing a level of competitive advantages.*

**Keywords:** *specific features of activity of cultural institutions; services in the field of culture; consumer of cultural services; competitive advantages; competitiveness of services.*

**П.А. Андреев**

## **ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ**

**Пётр Андреевич Андреев** – менеджер проекта ГК «Музейные технологии», г. Санкт-Петербург; **e-mail:** andreevpeter@yandex.ru.

*В статье раскрыты и проанализированы особенности социально-экономической деятельности, позволяющие менеджменту учреждений сферы культуры принимать обоснованные управленческие решения для достижения желаемых экономических и социальных результатов, повышать уровень конкурентоспособности услуг, расширять состав конкурентных преимуществ.*

*Структура статьи отражает соблюдение логической последовательности исследуемых проблем и процессов в деятельности учреждений культуры. Особенности деятельности учреждений культуры, связанные с финансированием процессов оказания услуг, обусловлены необходимостью многоканального и разноуровневого финансирования, повышением качества и конкурентоспособности оказываемых услуг.*

*Авторский вклад в развитие научных положений темы статьи состоит в концентрированном обобщении и анализе особенностей деятельности учреждений сферы культуры, в рекомендациях по повышению конкурентоспособности услуг культуры, уровня конкурентных преимуществ.*

**Ключевые слова:** *особенности деятельности учреждений культуры; услуги сферы культуры; потребители услуг сферы культуры; конкурентные преимущества; конкурентоспособность услуг.*

Развитие сферы культуры в мировом хозяйстве характеризуется увеличением её доли в валовом внутреннем продукте промышленно развитых и развивающихся стран, численности занятых, государственных расходов, разнообразия оказываемых услуг, усложнением отраслевой и институциональной структур. Изменение экономических и структурно-организационных показателей видов деятельности сферы культуры обуславливает необходимость определения социально-экономических тенденций изменения влияния внешних и внутренних факторов на текущее функционирование и долгосрочное развитие экономических видов деятельности, учреждений и в целом сферы культуры.

В качестве особенностей деятельности учреждений культуры в условиях активно развивающегося рынка услуг в настоящее время можно выделить следующие:

- творческий труд работников сферы культуры имеет ориентировочную рыночную оценку, так как связан с большими затратами труда во времени, высоким уровнем квалификации и профессионального мастерства;

- динамика роста издержек в деятельности учреждений сферы культуры опережает рост цен на духовные ценности, так как предложение услуг культуры опережает их спрос, особенно на качественные услуги, из-за низкой платежной способности покупателей данных услуг, отсутствия долгосрочной ориентации на создание и внедрение в процесс оказания услуг культуры продуктовых и технологических новшеств;

- институциональная структура отраслевых составляющих сферы культуры отличается от предприятий производственной сферы тем, что наряду с экономическими целями направлена на достижение высоких качественных характеристик поставленной социальной цели;

- рынок услуг сферы культуры является существенно сегментированным и дифференцированным, обладает свойст-

вами монополистического рынка;

- деятельность учреждений культуры связана с ростом объёмов инвестиций в основной и человеческий капитал, влияющих на повышение уровня инновационности учреждений и качества услуг культуры;

- духовные ценности, предоставляемые потребителям в виде услуг культуры, обладают свойствами индивидуальной, социальной полезности и способностью достигать желаемых внешних положительных социальных эффектов, повышающих духовные характеристики индивидов, потребляющих услуги культуры;

- установление равновесности совокупного спроса и предложения услуг культуры требует разноуровневости и многоканальности финансового обеспечения деятельности учреждений культуры, повышения темпов их экономического роста.

Сложившаяся в настоящее время особенность функционирования учреждений культуры, снижающая её конкурентоспособность, выражающаяся в опережающем росте издержек над экономическими результатами, во многом вызвана затратами на материально-техническое обеспечение и оплату труда работников учреждений культуры [2]. В отличие от процесса оказания услуг культуры потребителям промышленные производства имеют возможность компенсировать рост трудовых издержек и потребления материально-технических ресурсов за счёт внедрения технологических, продуктовых и организационных новшеств. Многие учреждения сферы культуры лишены такого преимущества. Проиллюстрируем это утверждение тем, что выпуск промышленной продукции в расчёте на один трудовой час рабочего с начала XX века и до настоящего времени вырос в тысячи раз, тогда как для исполнения классического фортепианного произведения или роли в театре затраты труда и времени практически не изменились.

Использование технологических, продуктовых новшеств в сфере культуры,

на наш взгляд, в большинстве случаев ведёт не к снижению издержек, а к расширению творческих возможностей и связанных с ними затрат по повышению качества оказываемых услуг культуры с целью удовлетворения предпочтений и художественных вкусов потребителей. Нередко технологические новинки лишь повышают стоимость культурных продуктов. Это особенно наглядно демонстрируют возрастающие затраты на спецэффекты в киноиндустрии и шоубизнесе.

Следует также учитывать то, что на рынке услуг сферы культуры действует большое количество учреждений различных организационно-правовых форм и их услуги в значительной мере имеют дифференцированный состав. Возрастающая дифференциация продиктована требованием общества и рынка услуг, что обуславливает увеличивающиеся затраты данных учреждений.

В то же время уникальность предоставляемых потребителю услуг не обеспечивает участнику рынка защиту от недобросовестной конкуренции. Для большинства потребителей учреждений культуры имеет место наличие множества субститутов – организаций-заменителей. Такое положение на рынке услуг учреждений ряд авторов определяет как монополю-конкурентное, где у потребителей сосредоточены все преимущества конкурентного и монополистического типов рынка, а у производителей эти преимущества незначительны [3]. На наш взгляд, основным фактором повышения конкурентоспособности услуг сферы культуры в данной ситуации может выступать максимально стандартизированная, с точки зрения оказания, услуга, интеллектуально-художественный продукт, обладающий уникальностью за счёт высокой творческой составляющей.

Длительность процесса создания качественных услуг и их оказания потребителям, а также затраты, связанные с предоставлением услуг сферы культуры, негативно сказываются на их конкурентоспособности. Высокие затраты учрежде-

ний культуры на оказание услуг тесно коррелированы с ценой на предоставляемые услуги и платежеспособностью населения. Стабильность или снижение цен на услуги сферы культуры можно соблюдать на основе учёта эстетико-художественных вкусов и предпочтений сложившегося и расширяющегося контингента потребителей услуг сферы культуры, а также посредством деятельности менеджмента, устанавливающего балансовое соответствие стремления работников учреждения культуры к достижению максимально возможных экономических и социальных результатов с ресурсными возможностями.

Экономические и социальные результаты деятельности учреждений сферы культуры в существенной мере зависят от организационного потенциала их менеджмента. Это связано с тем, что такие творческие работники, как художники, писатели, музыканты, режиссёры, в процессе оказания услуг потребителям нацелены в основном не на финансовый успех, а на реализацию своей творческой идеи.

Кроме того, высокая сегментация рынка услуг сферы культуры обуславливает значительные объёмы инвестиций в проекты по обновлению и модернизации основного и интеллектуального капитала, созданию и внедрению новшеств. При этом, как правило, небольшой размер организаций культуры не позволяет им экономить на объёмах оказания услуг культуры. В данной ситуации ответственность за достижение планируемого экономического результата должны брать на себя профессиональные агенты в рамках аутсорсинга, действующего механизма совершенствования системы управления, менеджеры, определяя все возможные риски предпринимательской деятельности, потенциальные ресурсные и творческие возможности учреждений культуры [1].

Учитывая высокую социальную полезность и востребованность учреждений сферы культуры, несмотря на то, что они имеют низкие экономические результаты,

стал развиваться организационно-правовой статус некоммерческих организаций культуры, финансируемых за счёт государства, частных дарений и пожертвований. С середины XX века на фоне существенно возросшего спроса населения на услуги сферы культуры и отсутствия у предпринимательского сообщества значительных ресурсных возможностей удовлетворять его на коммерческой основе без снижения эстетико-художественной ценности, некоммерческие организации в сфере культуры стали приобретать доминирующий характер.

В настоящее время учреждения культуры, предоставляющие свои услуги, не могут функционировать полностью на основе самокупаемости и финансируются в своём большинстве на равноуровневой и многоканальной основе. Многоканальная система финансирования обеспечивает некоммерческим учреждениям и организациям культуры творческую и финансовую независимость и позволяет им, таким образом, сосредоточиваться на своих основных, возложенных на них социумом, функциях – создании духовных ценностей и высококачественных услуг сферы культуры, а также на расширении доступа населения к предоставляемым им услугам.

Многоканальность и равноуровневость финансирования учреждений культуры расширяет возможности для творческого экспериментирования, создания продуктовых и технологических новшеств, внедрения их практически без противопоставления традиционным формам, позволяет более оперативно реагировать на перемены во вкусах и предпочтениях контингента потребителей их услуг, удовлетворять их запросы.

По мере роста доходности населения расширяются конкурентные преимущества учреждений сферы культуры на базе повышения их качества, инновационности предоставляемых услуг потребителям. Увеличивается и спрос на качественные услуги сферы культуры. Доля услуг культуры в национальной экономике растёт по сравнению с темпами роста предприятий

производственной сферы. В промышленно развитых странах доля оказываемых услуг сферы культуры в валовом внутреннем продукте доходит до 10%, а численность занятых – до 5%.

Рядом учёных-экономистов обоснована современная тенденция роста среднедушевых доходов, уровня образования населения и объёмов потребления услуг сферы культуры. При этом основными задачами организаций сферы культуры в данном случае выступают соответствие качества традиционных и новых услуг растущим культурным запросам социума, а также непосредственное участие учреждений культуры в формировании спроса.

В настоящее время на развитие конкурентоспособности субъектов хозяйствования сферы культуры различного организационно-правового статуса оказывают процессы либерализации мирового культурного пространства, глобализации и информатизации [4]. Многие произведения культуры становятся достоянием населения всего мира. В первую очередь, ими являются такие произведения массовой культуры, как кинофильмы, музыкальные произведения, художественная литература. Международные выставки, концерты, гастроли театров и соответствующая информация в сети Интернет получают все большее распространение, позволяющее учреждениям сферы культуры из общемировых и межстрановых изменений расширять состав и повышать уровень конкурентных преимуществ. Международные туры трупп театров, цирков, выставки музеев предоставляют возможность субъектам хозяйствования сферы культуры получать планируемые экономические результаты. Кроме того, конкурентоспособность учреждений сферы культуры в данном случае будет зависеть от возможности предоставлять услуги и культурные продукты на межрегиональные и страновые рынки.

Росту экономических результатов и конкурентоспособности услуг экономических видов деятельности сферы культуры в настоящее время способствует культур-

ный туризм. По мере роста информатизации, доходов, уровня образования населения туризм становится всё более индивидуальным и разнообразным, в частности всё большей популярностью пользуются объекты культурного наследия страны. При этом, например, отдых на море сочетается с активным посещением природных и исторических достопримечательностей, музеев, участием в спортивных и культурно-досуговых мероприятиях. В данном случае развитая инфраструктура сферы культуры становится одним из важных факторов расширения состава и укрепления конкурентных преимуществ национальной экономики. Учитывая важность туризма, его организационно-экономический потенциал, учреждения сферы культуры и туристские субъекты хозяйствования совместно способны на интегральной основе получать синергический эффект.

Помощь и содействие в решении проблем интеграции субъектов хозяйствования сферы услуг, развития частно-государственного партнёрства должны осуществлять все уровни управления национальной экономики, повышая тем самым конкурентные преимущества экономических видов деятельности и учреждений сферы услуг.

Традиционным фактором влияния на укрепление конкурентных преимуществ выступает универсализация учреждений культуры. Современные библиотеки, музеи, кинотеатры представляют собой, как правило, многофункциональные комплексы. На базе музея, например, можно создавать тематическую библиотеку, кружки по интересам для взрослых и детей, проводить выставки, конференции, а парк культуры может выступать площадкой

для спортивных соревнований, театрализованных представлений, музыкальных программ, зоологических кружков. В свою очередь, театр обладает интеллектуальной и ресурсной возможностью открывать художественные курсы, выпускать тематическую литературу, видео- и аудиопродукцию, служить площадкой для поэтических вечеров и философских дебатов. Способность каждого из учреждений культуры к качественной дифференциации деятельности предоставляет ему возможность достигать планируемых экономических и социальных результатов, повышать уровень своих конкурентных преимуществ и конкурентоспособности услуг.

### ЛИТЕРАТУРА

1. *Карась Д.Е.* Разработка механизма управления инновационным развитием сферы культуры в рыночных условиях хозяйствования // Вестник Российской академии естественных наук (Санкт-Петербург). 2012. № 1. С. 109–113.
2. *Каткова Т.В.* Особенности социально-экономического развития сферы культуры Санкт-Петербурга как отраслевой составляющей сферы услуг // Вестник Российской академии естественных наук (Санкт-Петербург). 2011. № 1. С. 95–99.
3. *Смирнов А.Ю.* Перспективы развития сферы культуры // Журнал правовых и экономических исследований. 2012. № 1. С. 118–121.
4. *Черепенников К.Г.* Концептуальные положения разработки стратегии повышения конкурентоспособности учреждений культуры // Вестник Российской академии естественных наук (Санкт-Петербург). 2011. № 3. С. 122–124.