

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ СФЕРИ КУЛЬТУРНО-РОЗВАЖАЛЬНИХ ПОСЛУГ м. ХАРКОВА

БУРАК О. М.

кандидат економічних наук

ІЛЬІНА Т. С.

Харків

З часом суспільство змінює стиль життя і інтереси. У другій половині ХХ ст. спостерігається перехід від індустріального до постіндустріального суспільства. Виробнича діяльність перестає бути передовою сферою діяльності. Суспільство починає активний розвиток за іншим напрямками. На світовому рівні провідними країнами, які відображають розвиток постіндустріального суспільства є: США, країни Євросоюзу, Росія та інші. Світові тенденції мають вплив на всі країни світу, у тому числі і Україну. Культурно-розважальна сфера послуг є невід'ємною частиною постіндустріального розвитку суспільства.

Дослідження проблемних питань розвитку культурно-розважальної сфери та визначення доцільності використання сучасних механізмів менеджменту у культурно-розважальній сфері м. Харкова.

Даною проблематикою займалися такі вчені: Тульчинський Г. Л., Шекова К. А., Переверзев М. П., Косцов Т. В. Окремі аспекти проблематики висвітлені у роботах Якобсона А., Нуреева Р. М., Долгіна О., Герасимова С. В., Шегди А. В. та Шеннона К.

Український ринок послуг інтегрується у світовий, що дає можливість відповідати європейським стандартам. При аналізі культурно-розважальної сфери було виявлено недостатню висвітленість її проблематики, що обґрунтовує необхідність і актуальність даної роботи.

Культурна сфера діяльності являє собою складну організаційну систему, на функціонування якої впливають безліч факторів як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Лише завдяки правильному менеджменту можливо прийняти виважене і доцільне рішення. Розглядаючи культурно-розважальну сферу діяльності через призму менеджменту, можливо знайти ефективні шляхи з покращення економічної та соціально-економічної системи в цілому [6].

У Харкові велика кількість культурно-дозвільних, культурно-розважальних і міжнародних молодіжних культурних центрів. У великому місті, де кожен житель живе у самотності, повинні бути такі організації, які зможуть допомогти людям різних вікових категорій проводити час з користю для свого навчання, відпочинку, спілкування та самореалізації. Таким організаціями можуть бути центри різної спрямованості: культурно-оздоровчі, культурно-спортивні, інформаційно-культурні, культурно-історичні.

З кожним роком у Харкові виділяються кошти та відкриваються нові центри для підтримки талановитого населення та людей, які бажають розвиватися. Зараз у місті існує майже 90 культурних центрів, в яких можна знайти як сучасні спрямування, так і індивідуальні й нестандартні напрямки в мистецтві. Наведемо рейтинг найпоширеніших палаців і домів культури та культурних центрів у Харкові: Палац студентів НЮАУ ім. Ярослава Мудрого, ДК Міліції, Палац студентів НТУ ХП, ДК ХТЗ, ДК Металіст, «Современник», палац культури ХГУПТ, Центр культури Київського району, ДК ХЕМЗ, Харківський обласний палац дитячої та юнацької творчості. Саме в цих центрах зосереджена найбільша кількість творчих колективів, різноманітних кружків дозвілля.

Харків є провідним молодіжним культурним містом країни, в ньому нараховується понад 35 вищих навчальних закладів. Студенти є невід'ємною складовою української культури, тому значною частиною у рейтингу найпоширеніших палаців культури (ПК) та домів культури є палаци студентів різноманітних вищих закладів.

Діяльність культурних центрів та ПК регулюється різними органами управління: професійними спілками, керівництвом підприємств і організацій, міськими та обласними органами управління, департаментами освіти та ін.

Результати культурної діяльності можуть існувати в матеріально-речовій формі і в самій живій діяльності творця як послуги, які набувають в ринкових умовах форму товару. При цьому матеріально-речова форма характерна для культурних цінностей, втілених у матеріальних носіях – книгах, картинах, аудіо-та відео-продукції.

Ці показники можуть вимірюватися в абсолютних і відносних показниках (на 1 тис. і 10 тис. населення). Для сфери культури та мистецтва це має певне значення. Переваги і недоліки цих показників очевидні, оскільки, з одного боку, вони дозволяють здійснювати моніторинг культурного забезпечення окремих суб'єктів України, а з іншого – не відображають реального обсягу культурних благ і послуг, що споживаються населенням цих адміністративно-територіальних утворень, оскільки зростання кількості закладів культури може супроводжуватися не тільки підвищенням, а й зниженням кількості відвідувачів. Натуральні показники не дозволяють в силу їх несумісності дати зведену картину рівня культурного забезпечення населення, а також відобразити зміни структури споживання.

Універсальними є показники у грошовій оцінці споживаних населенням культурних благ і послуг (доходи закладів культури, бюджету, витрати сімейного бюджету на культуру і т. ін.). Проте збитковість більшості закладів культури, безкоштовний або пільговий характер надання ними послуг населенню призводять до того,

що грошова оцінка здійснюється за витратами установ або держави, що не збігається з ринковою оцінкою і створює певні спотворення реальних обсягів послуг і культурних благ.

Підбиваючи підсумки, можна сказати, що існування культурної сфери з точки зору упорядкування системи носить дещо хаотичний характер. Крім того, вагомим недоліком функціонування є застосування розрізаних і іноді недоцільних методів менеджменту, що не приводить до отримання загального ефекту стабільності стану та розвитку досліджуваної сфери діяльності.

Прийоми менеджменту в культурно-розважальній сфері, пов'язані з пошуком джерел фінансування, можна назвати *фандрайзингом*. Найчастіше за все під фандрайзингом розуміють процес залучення грошових засобів та інших ресурсів для реалізації певних проектів або власної діяльності [5]. Важливими аспектами фандрайзингової системи є: написання бізнес-плану, написання спонсорської пропозиції, чітке визначення цільової аудиторії проекту для подальшого визначення потенційних спонсорів, встановлення певних взаємовідносин з партнерами для подальшого задоволення інтересів двох сторін, правильне закриття проекту.

Розважальні послуги розглянемо у контексті з розвитком шоу-бізнесу та торгових центрів (ТЦ).

Україна має за орієнтир російський ринок послуг щодо розвитку розважальної сфери діяльності. Прогресивне зростання різноманітних проектів, шоу, програм спостерігається за останні роки шоу-бізнесу. Продюсер є головною фігурою організаційного процесу, який виконує як ідейно-постановчі функції, так і має контролювати фінансування культурних проектів. Пошук джерел фінансування є складним процесом, але без участі фінансового капіталу неможливе втілення ідеї. Втім, незважаючи на певні труднощі у залученні грошових коштів до цієї сфери, шоу-бізнес є найприбутковішим бізнесом у розважальній сфері діяльності.

Розглядаючи розважальну сферу діяльності в розрізі торговельних закладів, необхідно спиратися на провідний європейський досвід. Забезпеченість торговими площами повинна складати приблизно 350 – 400 м² на 1 тис. населення. У Харкові 140 м² на 1 тис. населення. Необхідність відповідати європейським стандартам якості обслуговування покупців, краще за їх очікування, є одним із найголовніших позитивних факторів розвитку країни, який впливає на справжній рівень купівельної культури та здатності населення. Харків – один із лідерів в Україні за насиченістю торговими майданчиками на одного жителя, що впливає на рівень орендних ставок. На сьогоднішній день орендна ставка становить близько \$ 700 – 900 на кв. метр. На етапі будівництва у секторі ТЦ у даний момент знаходиться біля 650 тис. м², тому приблизною цифрою інвестування у нерухомість розважальної сфери є 520 млн доларів.

Дуже вигідним аспектом для власників таких центрів є те, щоб на території ТЦ була розважальна зона, бо це залучає додаткових відвідувачів та впливає на збільшення прибутків. Сучасною тенденцією є забезпечення залів торгових центрів різними видами розважальних послуг.

У процесі аналізу діяльності у культурно-розважальній сфері за 2009 – 2011 рр. виявлено, що активно проводилась молодіжна політика щодо реалізації нових ідей та проектів у цільовій соціальній програмі «Молодь України». За 2009 р. було виконано за планом 90986,1 млн грн, а за 2010 р. – 116879,5 млн грн.

На підставі інформації різних відкритих джерел можна спостерігати зміни в культурно-розважальних послугах Харкова. Після 1991 р. були припинені заходи як масові видовища. Але за останні 5 років місто починають відроджувати, з'являються нові традиції. Найяскравішим прикладом є те, що всі основні концерти та заходи перенесені на центральну площу міста. Доцільно відмітити, що це все стало можливим лише при виділенні значних коштів. До 2006 р. усі концерти були організовані лише міськими колективами творчості, після 2006 р. почали запрошувати колективи та виконавців української, російської естради та навіть світового рівня.

Слід підкреслити, що Харків є новатором різних свят, які до цього не були проведені в жодному місті України: День випускника (з 2007 р.); Посвячення у студенти (2010 р.).

Усі заходи, які влаштовують на великій площі міста, робляться не лише для виконання творчого плану, а в першу чергу для усіх жителів міста, для дітей та для туристів. Кожне свято, яке проводиться, має не тільки розважальний характер, а й благодійні наміри. Основним святом для Харкова є 23 серпня – День Міста, який щорічно проводиться з новою великою програмою [2].

Згідно з планом департаменту та управління по справах сім'ї та молоді на 2011 р. у Харкові були заплановані такі культурно-розважальні заходи: січень – святкування Різдва; лютий – Масляна; березень – відкриті Малі Олімпійські Ігри; квітень – Пасха, виставка писанок, творча програма від колективів міста; травень: 9 травня – святковий парад, 29 травня – День випускника; червень – День захисту дітей, святковий хід; серпень – День Міста; вересень – День посвячення в студенти; грудень – зустріч Нового Року.

Також у Харкові проводяться міські програми щодо розвитку та поновлення культурної спадщини міста. Одна з цих програм запланована на 2010 – 2013 рр. [1], вона містить: державні концерти та свята (41 од.), шанування представників різних галузей у зв'язку з професіональним святом (25 од.), театралізовані свята та виставки (26 од.), міжнародні, всеукраїнські та міські фестивалі та конкурси народного і сучасного мистецтва, хорового та сольного співу, диригентів, музикантів, юних артистів балету, художників та дизайнерів моди і т. д. (39 од.), святкові феєрверки (3 од.), надання матеріальної допомоги обдарованим дітям (87 осіб), прийом іноземних делегацій (3 од.), підтримка творчих проектів та інтелекції (20 од.), ювілейних дат закладів культури (17 од.).

У Харкові існує багато культурно-розважальних закладів: кінотеатри – 11 од.; театри – 24 од.; галереї – 16 од.; дитячі культурні центри – 15 од.; нічні розважальні заклади – 58 од. За підрахунками за рік близько 250 кінопоказів, 2530 театральних вистав, 400 виставок, 470 концертів, 1540 прем'єр у нічних закладах міста.

Для такої кількості заходів необхідна значна кількість коштів, які виділяються з міського бюджету міста (табл. 1) [3].

За даними в табл. 1 можна зробити висновок, що кількість загальних видатків збільшилась в 1,4 раза.

Видатки по галузі культури можуть надходити з загального та спеціального фондів бюджету. Так, на рис. 1 зазначені суми коштів, які виділялися на розвиток культури у період з 2005 по 2010 рр.

Для дослідження рівня розвитку інфраструктури культури пропонуємо оцінити показник забезпеченості населення клубними закладами $Z_{КЗ}$, що розраховується таким чином:

$$Z_{КЗ} = \frac{K}{Ч}, \quad (1)$$

де K – кількість закладів культури клубного типу, од.;
 $Ч$ – чисельність наявного населення, тис. осіб.

Таблиця 1

Виконання видаткової частини міського бюджету міста Харкова по закладах культури, тис. грн

Видатки	2009 р.	2010 р.
Культура та мистецтво	35452,2	50575,8
Філармонії, музикальні колективи, ансамблі та інші творчі заклади та заходи	5108,4	12056,5
Видатки на заходи, передбачені державним та міськими програмами розвитку культури та мистецтва	9193,2	12602,9
Бібліотеки	1109,4	1281,4
Музеї та виставки	1357,0	1526,3
Палаці та дома культури, клуби та інші заклади клубного типу	530,9	617,1
Школи естетичного виховання дітей	6481,0	8588,9
Інші культурно-освітні заклади та заходи	11666,7	13854,7



Рис. 1. Видатки загального та спеціального фондів бюджету м. Харкова за 2005 – 2010 рр., млн грн

За 6 років видатки на соціально-культурну сферу збільшились у 2,7 раза. Відсоткове співвідношення з кожним роком зростає: 2005 р. – 58,5%; 2006 р. – 61,5%; 2007 р. – 63,8%; 2008 р. – 64,3%; 2009 р. – 73,9%; 2010 р. – 74,7%. За останні два роки видатки збільшились у 1,2 раза.

Систематизуючи інформацію про видатки на культуру та мистецтво м. Харкова, зазначимо, що в період з 2005 р. по 2010 р. сума виділених коштів збільшилась в 4,4 раза, а за останні 2 роки – в 1,3 раза. Загальна величина видатків зростає, і це є позитивною тенденцією розвитку даної сфери.

Удосконаленню менеджменту культурно-розважальної сфери має передувати аналіз основних показників, що характеризують дану сферу, не тільки по м. Харкову, але й в розрізі регіонів України. На жаль, набір показників, що є у офіційній статистичній звітності, не є репрезентативними, крім того, за ними неможливо порівнювати регіони і встановлювати пріоритети у виділенні коштів. Неможливо також групувати регіони для розробки сучасної концепції менеджменту для регіонів з певними ознаками. Саме цьому в даній роботі пропонуються розрахувати новий відносний показник.

На основі даних статистичної звітності по регіонах України розраховуємо такий показник [4]. За порівняльною динамікою по всіх регіонах, значення показника, що спостерігаються у нашому регіоні, нижчі за середньоукраїнські значення. Дані зміни пов'язані з кризовими явищами в економіці країни, що не дали можливість більш активно розвиватися даній сфері при скороченні фінансування.

Нами був проведений кластерний аналіз регіонів за вищевказаним показником. Для визначення кількості кластерів традиційно використовують поняття ентропії класифікації. Кластерний аналіз вияв наявність таких груп:

- ✦ кластер 4 – високий рівень забезпеченості населення клубними закладами;
- ✦ кластер 3 – помірно високий рівень забезпеченості населення клубними закладами;
- ✦ кластер 2 – помірно низький рівень забезпеченості населення клубними закладами;
- ✦ кластер 1 – низький рівень забезпеченості населення клубними закладами.

Результати кластерного аналізу такі. Низький кластер займають: Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Луганська, Харківська області, м. Київ, м. Севас-

тополь. Кластер з помірно-низьким рівнем займають: АР Крим, Закарпатська, Миколаївська, Одеська, Херсонська, Чернівецька області. Помірно-високий кластер займають: Волинська, Івано-Франківська, Київська, Кіровоградська, Львівська, Полтавська, Рівненська, Сумська, Черкаська області. Високий кластер за рівнем забезпеченості населення клубними закладами займають: Вінницька, Житомирська, Тернопільська, Хмельницька та Чернігівська області.

Проведена нами кластеризація виявила неоднорідність у розвитку культурно-розважальної сфери регіонів. Для отримання повної інформації і проведення кластеризації за більшою кількістю критеріїв профільне міністерство має забезпечити збір адекватної і реальної інформації, яку можна буде співставляти і аналізувати.

Результати даного дослідження привели до висновку, що «вузьким місцем» у менеджменті культурно-розважальної сфери є організація її фінансового забезпечення. Тому як пропозиції з удосконалення механізмів управління нами пропонується більш глибоке використання фандрайзингу і впровадження процесу пошуку спонсорів і меценатів як обов'язкового елементу діяльності для суб'єктів культурно-розважальної сфери.

Для кожного регіону України та закладу культури або розваг необхідно визначити так звану «інвестиційну привабливість» або «фандрайзинг-привабливість» (ФП). На рівень ФП впливають такі фактори:

- ✦ комерційна чи іміджева привабливість для потреб реклами;
- ✦ престижність, підтвердження або просунення соціального статусу «донора ресурсів» (фірма, що надає кошти на розвиток).

Заклади культурно-розважальної сфери незалежно від того, комерційні вони організації чи некомерційні, мають обов'язково визначити для себе потенційних донорів ресурсів і те, які саме аспекти привабливості мають пріоритет у кожному конкретному випадку. Фандрайзинг закладів культурно-розважальної сфери має бути тісно пов'язаний із системою повномасштабних public relations, і управлінці в цій сфері мають забезпечувати формування привабливого іміджу.

Заклади культурно-розважальної сфери України мають обов'язково в очах суспільства і окремих її представників бути надійними, відповідальними та цікавими організаціями, починаючи із зовнішнього вигляду будівель і завершуючи обранням відповідних видів і жанрів роботи.

Для різних категорій стейкхолдерів і споживачів мають бути забезпечені їх інтереси:

- ✦ якісні та доступні послуги;
- ✦ цікаві новини, які сприяють збільшенню тиражів і рейтингів ЗМІ;
- ✦ підтримка в реалізації нововведень;
- ✦ впевненість у професійному менеджменті та поверненні вкладених коштів у вигляді збільшення прибутку і зростання власної привабливості і значущості.

Керівництво кожного закладу культурно-розважальної сфери в Україні має зробити таке:

- ✦ розробити список заходів, які потребують позабюджетного фінансування;
- ✦ розробити карту стейкхолдерів-донорів (відповідно до масштабів їх можливого фінансування і вірогідності виділення коштів) – комерційні організації, благодійні фонди, приватні особи;
- ✦ розробити програми роботи зі спонсорами;
- ✦ розробити програми роботи з депутатами і представниками влади.

Також обов'язковими мають стати розрахунки показників – окупність витрат на фандрайзинг та коефіцієнт прибутковості фандрайзингу.

Але, перш за все, на території України мають бути вжиті загальні заходи з підвищення інвестиційної привабливості країни і підвищення її світового статусу.

Для збільшення привабливості культурно-розважальної сфери необхідно залучати до відвідування міст туристів і гостей. Щодо м. Харкова, то слід привертати увагу незвичайними і креативними культурними заходами, збільшуючи цим кількість людей, які приїждять до міста, і місцевих мешканців, що відвідують заходи.

Для загального покращення економічних показників культурно-розважальної сфери послуг у Харкові необхідно поєднати торгівельні центри з культурно-розважальними заходами. Метою цієї пропозиції є максимально задовольнити потреби споживачів. На території торгівельного центру можуть знаходитись культурні заклади, такі як: художні, вокальні, мистецькі, танцювальні школи, різноманітні студії, естетичні центри та курси. Крім цього, можуть проводитися культурні заходи: виставки, концерти, майстер-класи. Поєднуючи усе це, можна забезпечити цікаве, корисне, а головне – культурне, проведення часу у торгових центрах. А також залучення спонсорів та інвесторів на вкладення грошових коштів у нові проекти.

Таким чином, при правильному поєднанні торгових залів, культурних закладів і цікавих заходів ми зможемо отримати максимально позитивні відгуки, нових клієнтів та збільшення прибутків.

Реалізуючи заходи, запропоновані у роботі, можна активізувати розвиток культурно-розважальної сфери, змінити підхід до механізмів фінансування культурних заходів та допомогти Україні швидше впроваджувати елементи провідного світового досвіду у такій важливій сфері суспільства.

ВИСНОВКИ

Узагальнюючи результати дослідження, можна сказати, що: економічні передумови розвитку культурно-розважальної сфери є слабкими, необхідне активне фінансування даної сфери і вдосконалення її менеджменту; фінансові витрати бюджету на культуру і мистецтво м. Харкова, які становлять 107,1 млн грн на рік, замалі для гідного функціонування цієї сфери; Харків знаходиться на помірно-низькому рівні забезпеченості населення клубними закладами, що є негативним фактором для фандрайзинг-привабливості нашого регіону.

Отже, бачимо, що з кожним роком рівень культурно-розважальної сфери діяльності підвищується, але

більшість економічних показників залишаються низькими. Для цього необхідно проводити аналіз діяльності та вносити коригування щодо функціонування певних економічних механізмів, маючи за приклад провідний європейський та світовий досвід. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. «Міська програма розвитку культури та оновлення культурної спадщини міста Харкова на 2010 – 2013 роки». – [Електронний документ]. – Режим доступу : www.city.kharkov.ua/documents/40253.doc
2. Культурна столиця. – [Електронний документ]. – Режим доступу: <http://www.city.kharkov.ua/ua/article/departament-po-delam-semi-molodezhi-i-sporta-138.html>
3. Матеріали по виконанню бюджету міста Харкова за 2010 р. – Департамент бюджету і фінансів, 245 арк. – Режим доступу: gubf@city.net
4. Статистичний збірник «Регіони України – 2010». – К., 2010. Ч. 1. – С. 109 – 110, 324.
5. **Тульчинский Г. Л., Шекова Е. Л.** Менеджмент в сфері культури : учебное пособие. – Спб.: Лань, 2009. – 528 с.
6. **Шегда А. В.** Менеджмент : Підручник. – К. : Знання, 2004. – 687 с.