



*Социологические науки*

**УДК 378**

**Л.Н. Кондратьева,**

**А.В. Рыбаков**

**Кондратьева Людмила Николаевна**, кандидат культурологии, доцент кафедры социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культур (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), fine10000@yandex.ru

**Рыбаков Андрей Владимирович**, магистрант 2 курса группы маг/15. кафедры социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), fine10000@yandex.ru

## **АНАЛИЗ КОММЕРЧЕСКОГО И НЕКОММЕРЧЕСКОГО СЕКТОРОВ ИНДУСТРИИ ДОСУГА В РОССИИ**

В статье проводится сравнительный анализ коммерческого и некоммерческого секторов индустрии досуга в России, на основании которого делаются выводы о тенденциях их развития.

**Ключевые слова:** индустрии досуга, коммерческий и некоммерческий секторы индустрии досуга.

**L.N. Kondratyeva,**

**A.V. Ribakov**

**Kondratyeva Lyudmila Nikolaevna**, Ph.d. in cultural studies, Associate Professor of socio-cultural activities, Department of socio-cultural activities of

Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar),  
fine10000@yandex.ru

**Ribakov Andrey Vladimirovich**, course, group 2 Mage/15. Department of socio-cultural activities of Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), fine10000@yandex.ru

## **ANALYSIS OF COMMERCIAL AND NON-COMMERCIAL SECTORS OF THE LEISURE INDUSTRY IN RUSSIA**

The article makes a comparative analysis of commercial and non-commercial sectors of the leisure industry in Russia, on the basis of which the conclusions about trends.

**Keywords:** leisure, commercial and non-commercial sectors of the leisure industry.

В современной индустрии досуга в России происходят значительные изменения: нарастает доля коммерческого сектора, в то же время государство стремится поддержать муниципальные учреждения культуры, т.е. некоммерческий сектор. Каждый из них выполняет свою роль и невозможно без значительных потрясений убрать любой из этих секторов. Возникает задача правильного планирования, поддержки и руководства индустрии досуга, что невозможно без анализа существующего положения и определения дальнейших тенденций развития.

С помощью SWOT-анализа сравним сильные и слабые стороны коммерческого и некоммерческого секторов, выявив их устойчивость в современных условиях.

### Коммерческий сектор:

<b>S</b>	<b>W</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Качество продукта выше, чем у НКО.</li><li>• Более широкий спектр предоставляемых товаров и услуг.</li><li>• Свобода организации деятельности (т.е. большая самостоятельность).</li><li>• Полная финансовая самостоятельность.</li><li>• Более высокая ресурсообеспеченность.</li><li>• Более высокая, чем у НКО, заработная плата.</li><li>• Бюджет на рекламу и PR.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Часто более высокая стоимость товаров и услуг.</li><li>• Коммерциализация.</li></ul>
<b>O</b>	<b>T</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Увеличение количества свободного времени у населения.</li><li>• Государственно-частное партнерство.</li><li>• Стремительное укрепление творческих индустрий.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ослабление экономики.</li><li>• Возможное переориентирование идеологии государства, возрождение традиционных форм досуга, в том числе и религиозных.</li></ul>

### Некоммерческий сектор:

<b>S</b>	<b>W</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Духовная направленность (преимущественно социально значимые цели).</li><li>• Низкая цена предоставляемых</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Дефицит кадров.</li><li>• Низкая ресурсообеспеченность.</li><li>• Несамостоятельность, обусловленная законодательством;</li></ul>

<p>товаров и услуг.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Обусловленная законодательством широкая доступность социокультурных услуг, товаров и культурных ценностей.</li> <li>• Стабильность оказания социокультурных услуг и производства товаров.</li> <li>• 88% от всех учреждений культуры - некоммерческие бюджетны.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Низкая заработная плата.</li> <li>• Финансовая несамостоятельность.</li> <li>• «Информационная асимметрия».</li> </ul>
<b>О</b>	<b>Т</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ослабление экономики и, как следствие, преимущество над основным конкурентом – коммерческим сектором.</li> <li>• Направление правительства на усиление идеологии патриотизма.</li> <li>• Формирование творческих кластеров и кварталов.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сокращение учреждений культуры.</li> <li>• Мода на проведение свободного времени в ТРЦ и других похожих коммерческих организациях.</li> <li>• Большой спектр услуг и товаров коммерческих организаций, который постоянно расширяется.</li> <li>• Научно-технический прогресс;</li> <li>• Сокращение финансирования культуры.</li> </ul>

Выводы по SWOT-анализу (профиль среды).

**Некоммерческий сектор:**

- НКО в секторе культуры по-прежнему остаются важным «столпом» в формировании духовности и нравственности граждан, т.к. культурный продукт, который они (НКО) производят, имеет ярко выраженную духовную, культурно-социальную направленность (что является специфической чертой данного сектора) и контролируется посредством пунктов, содержащихся в социальном (муниципальном) заказе, а также культурной политикой.

- В сфере деятельности НКО культуры наблюдается такое явление, как «информационная асимметрия», при которой потребитель не имеет представления о реальном назначении и деятельности культурных учреждений, таких как, например, музеи, библиотеки, театры и др. Это является «уязвимым» местом некоммерческого сектора, т.к. из-за этого теряется неопределенное количество потребителей, которые переходят на «массовый», часто низкосортный продукт.

- Услуги, предоставляемые НКО культуры, значительно ниже в цене, чем услуги коммерческого сектора. Однако в данном случае, говоря о доступности культуры и культурных ценностей всем гражданам, стоит обратить внимание и на снижающееся качество услуг, которое возникает в результате низкой ресурсообеспеченности, дефицита кадров (низкий уровень оплаты труда), таким образом, НКО культуры теряет «покупателя».

- В отличие от коммерческого сектора, НКО стабильно предоставляет культурные услуги и культурный продукт населению в соответствии с программами и государственным заказом, т.к. некоммерческий сектор не подвержен такому сильному, как у коммерческого, влиянию рыночных механизмов, но является в каком-то смысле идеологическим инструментом власти и именно поэтому находится (в зависимости от юридического статуса учреждения) на бюджетном обеспечении страны, региона, города.

- На фоне ухудшения экономической ситуации в стране НКО культуры могут выиграть некоторые позиции в связи с тем, что потребитель окажется не готов платить за увеличившиеся в цене услуги и товары коммерческого сектора.

- В связи с ослаблением экономики происходит также и сокращение бюджета культуры и сокращение самих учреждений культуры или, что является современной повсеместной тенденцией, делегирование им большей финансовой самостоятельности с введением их в рынок и игру с конкурентами из коммерческого сектора.

- В связи с направленностью политики государства и ориентацией на развитие патриотизма и возрождение национальных традиций с целью сохранения национальной и культурной самобытности, будут созданы и введены новые целевые программы (профинансированные), что позволит удержаться «на плаву» даже в условиях ослабления экономики.

### **Коммерческий сектор:**

- Безусловно, коммерческая сфера имеет более широкий спектр услуг и товаров, большую степень адаптивности к постоянно меняющимся запросам потребителя. Однако вместе с этим наблюдается высокая цена на предоставляемые услуги. Таким образом, этот сектор становится доступным не для всех, часть населения «отсекается», остается только платежеспособный слой, на который он и работает.

- Коммерческие организации культуры имеют более высокую ресурсообеспеченность, что обосновывает вышесказанное, а также делает очевидным разницу в качестве предоставляемых услуг.

- «Коммерция» является полностью финансово и деятельностно самостоятельной, таким образом она играет роль на рынке среди конкурентов и адаптируется к предпочтениям потребителя, веяниям модных тенденций, динамично развивающейся научно-технической среде, к политической ситуации – то есть ко всей внешней среде на макро- и микроуровнях, в отличие от НКО, которые в этом плане являются несамостоятельными, так как контролируются учредителями, дорожными картами и содержанием целевых программ, находятся на полном или частичном бюджетном обеспечении.

- В коммерческом секторе наблюдается более высокий, чем у НКО, уровень оплаты труда. Это говорит о том, что происходит «отток» части профессиональных кадров из государственных учреждений в коммерческие негосударственные, а это, в свою очередь, опять же указывает на качество производимого культурного продукта, а также на степень развитости сектора в целом.

- Отсутствует такое понятие, как «информационная асимметрия», так как коммерческая сфера вкладывает большие средства в рекламу и PR, тогда как некоммерческая сфера зачастую даже не имеет рекламного бюджета.
- Ослабление экономики может отразиться на потреблении культурных товаров и услуг, плюс ко всему увеличение свободного времени спровоцирует развитие любительского творчества и «домашнего» досуга.
- В процессе идеологического пререориентирования для коммерческого сектора возможно государственно-частное партнерство, которое откроет дорогу к налоговым и нормативным послаблениям.
- Однако несмотря на ослабление экономики, в обществе наблюдается значительное укрепление творческой индустрии в целом, а также в связи с признанием досуга как самоценности возрастает мода на творческое самовыражение и растет роль культуры в жизни каждого человека. Это говорит об увеличении количества потребления культурных товаров и услуг.

### **Список используемой литературы:**

1. *Ермилов А.В.* Современные социокультурные тенденции развития досуга. // СоцИс. 2012. № 5. С. 14–19.
2. *Пискунова И.А.* Современные досуговые тенденции, типы и факторы, определяющие досуг // Вестник Саратовского государственного технического университета. 2011. № 3. С. 163–169.
3. Роль и функции НКО в повышении общественного благосостояния  
URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-funktsii-nko-v-povyshenii-obschestvennogo-blagosostoyaniya>
4. Специфика функционирования учреждений культуры URL:  
<http://poisk-ru.ru/s14458t1.html>.
5. *Ярошенко Н.Н.* Воспитательный потенциал индустрии досуга // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2015. №4(44). С. 28–35.