

Проблемы сферы культуры и досуга в республике Дагестан

Казибекова Н.А., доктор экономических наук, профессор кафедры социогуманитарных дисциплин Дагестанского государственного педагогического университета (Махачкала), Россия

Аннотация: в статье рассматриваются проблемы, с которыми столкнулась сфера культуры и досуга при переходе к рыночной экономике.

Ключевые слова: культура, досуг, маркетинг, платные услуги, инфраструктура, потребление.

Abstract: the article deals with the problems faced by the sphere of culture and leisure in the transition to a market economy.

Keywords: culture, leisure, marketing, paid services, infrastructure, consumption.

Культура и досуг – это сфера, которая отвечает за духовное развитие личности и сохранение культурных и этических традиций общества.

На сегодняшний день рыночные преобразования охватили все сферы экономики страны. Исключением не стала сфера культуры и досуга населения, которые традиционно финансировались из средств федерального и регионального бюджетов. Новый рыночный механизм привнес изменения в отношении государства и рынка к этой отрасли.

Развитие культуры и досуга напрямую связаны с проблемой финансирования и сочетания государственных ассигнований на эту сферу и внебюджетного финансирования. Но есть опасность, что коммерциализация приведет к тому, что культура и услуги досуга будут отвечать потребностям богатых слоев населения и потакать их вкусам.

Рыночные механизмы в сфере культуры и досуга внедряются довольно медленно, а замена платными услугами приводит к тому, что эти услуги перестают быть доступными для массового потребления, особенно для малообеспеченных

слоев населения. Однако с каждым годом растет удельный вес оказываемых платных услуг учреждениями культуры (табл.1).

Наименование	2014 г.	2015 г.	2018 г. (план)
Оказание платных услуг театральными зрелищными учреждениями	32408,9	45014,2	46349,2
Оказание платных услуг музеями	1731,9	2960,2	2502,1
Оказание платных услуг библиотеками	803,2	984,9	860,0
Оказание платных услуг учреждениями дополнительного образования	791,1	1564,1	1800,0

Таблица 1. Оказание платных услуг учреждениями культуры РД в динамике (тыс. руб.) (таблица составлена автором по статистическим данным Министерства культуры РД)

Маркетинг выступает надежным инструментом равновесия между спросом и предложением услуг, направленных на удовлетворение потребностей общества.

Развитие получили следующие направления маркетинга в данной сфере:

- театральный маркетинг;
- цирковой маркетинг;
- музейный маркетинг;
- образовательных услуг;
- культурно-развлекательных услуг и др.

Маркетинг в этой сфере сталкивается с проблемами:

- отсутствие профессиональных маркетологов,
- продвижение товаров и услуг,
- мониторинг рынка,
- размещение различных видов рекламы.

Практическое применение маркетинговых технологий позволило бы культурно-развлекательным организациям находить дополнительные источники финансирования, прежде всего, внебюджетные:

- проведение общественных мероприятий,
- реализация продукции с символикой,
- продажи сувениров,
- привлечения спонсоров.

Для привлечения потенциальных потребителей необходимо использовать весь спектр возможностей, начиная с бонусов, розыгрышей, скидок и заканчивая, каточками постоянных клиентов.

В последние годы отмечается сокращение обязательного минимума средств на развитие культуры и досуг граждан, что естественно сказалось на их состоянии, т.к. они находятся на грани выживания.

В этих условиях в первую очередь, пострадала инфраструктура сферы культуры и досуга из-за слабого материального обеспечения клубов, библиотек, театров, музеев. Проявились и другие проблемы этой сферы, такие как:

- слабая материально-техническая база;
- низкие зарплаты работников сферы;
- неэффективное управление;
- нецелевое расходование средств, выделяемых на развитие учреждений;
- сокращение финансирования и т.д.

Эти проблемы характерны для всей сферы культуры и досуга, в том числе и региональной. В Республике Дагестан они гипертрофированы тем, что республика является депрессивной и трудоизбыточной, а по экономическому развитию отстает от других субъектов Российской Федерации.

Продуктом деятельности сферы культуры и досуга выступает услуга, которая имеет свои особенности (рис.1).



Рис.1. Особенности культурных и досуговых услуг

В современных условиях развитие культурно-развлекательной деятельности связано с поиском новых направлений, инновационных способов и методов, позволяющих в полной мере удовлетворять потребности населения в области культуры.

Развитие республиканской сферы культуры и досуга должно проходить на основе маркетинговых подходов, но с учетом специфики региона, которая заключается в том, что большая часть населения республики проживает в сельской местности.

Для успешной деятельности культурно-развлекательной сферы в продвижении своих услуг необходима разработка концепции развития. Концепция развития маркетинга культурно-развлекательных услуг предполагает такие обязательные условия, как расширение ассортимента услуг, повышение качества оказываемых услуг, выявление спроса на услуги, получение прибыли [1].

Список использованных источников:

1. Казибекова Н.А., Агасиева М.Н., Исмиева З.М. Актуальные проблемы развития интернет маркетинга в регионе. Известия ДГПУ, №3, 2018.