

## АНАЛИЗ ДИНАМИКИ СПРОСА НА РЫНКЕ КУЛЬТУРНО–ДОСУГОВЫХ УСЛУГ

Рассматривается состояние рынка культурно-досуговых услуг в Иркутской области, анализируется динамика спроса. Построен прогноз динамики спроса на рынке культурно-досуговых услуг.

*Ключевые слова:* Динамика, рынок, спрос, культурно-досуговые услуги.

Развитие рынка услуг вызвано довольно сложными и многообразными отношениями, объективными явлениями, которые происходят на микроэкономическом и макроэкономическом уровнях. В настоящее время вместе с ростом благосостояния население России готово тратить большее количество денег на свои увлечения. Потребители проявляют интерес к развлекательному сектору, сразу после удовлетворения потребностей в различных товарах и продуктах. Из-за специфики российского рынка развлечений, развитие данной индустрии в России проходит медленнее, чем в других странах. Также это связано с тем, что все еще сохраняется некоторая неопределенность относительно роста потребительской уверенности в краткосрочной перспективе.

Услугами современной индустрии развлечений, согласно данным «РБК. Исследования рынков», пользуется большая часть населения крупных городов.

Одними из самых популярных мест проведения досуга россиянами являются торгово-развлекательные центры. Индустрия досуга также включает:

- специализированные развлекательные центры (кино, дискотека, боулинг, бильярд, игровой центр, каток, роллердром, керлинг, спортивный бар и т. д.);
- развлекательные зоны в торговых центрах (кинотеатр, боулинг, детский городок, бильярд, дискотека, аттракционы, фуд-корт, фитнес-клуб и пр.);
- парки развлечений;
- музеи;
- кинотеатральные комплексы;
- театры и цирки;
- заведения общественного питания, аттракционы и др.

В 2013–2014 гг. в развитии рынка развлечений началась интенсивная фаза. На данный момент рынок располагает свободным местом для новых независимых игроков, но уже через некоторое время рынок приблизится к насыще-

---

\* Шарафутдинов Олег Рахимжанович – магистрант, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: area2010area@yandex.ru.

\*\* Светник Тамара Васильевна – д-р экон. наук, профессор, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: keppd@isea.ru.

нию, конкуренция за потребителя ослабнет и начнется концентрация рынка путем слияний и поглощений [2].

Предпочтения российских граждан по проведению досуга постепенно меняются. Например, за последние 5 лет популярность ночных клубов и дискотек постепенно снизилась, но в свою очередь население стало намного чаще посещать различные культурные мероприятия, причём это в первую очередь касается музеев, театров, галерей, а также концертов классической музыки и джаза [4].

Ссылаясь на данные исследований компании КОМКОН, то можно говорить о том, что предпочтения россиян в сфере проведения досуга прогрессивно меняются. Например, спрос на услуги популярных в недавнее время ночных клубов и дискотек за последние 5 лет достаточно снизился. Но в свое время население России стало уделять больше внимания культурным мероприятиям, в первую очередь театрам, музеям, галереям, концертам классической музыки и джаза [2].

На рис. 1, представлена динамика спроса на ряд культурных продуктов в Иркутской области.

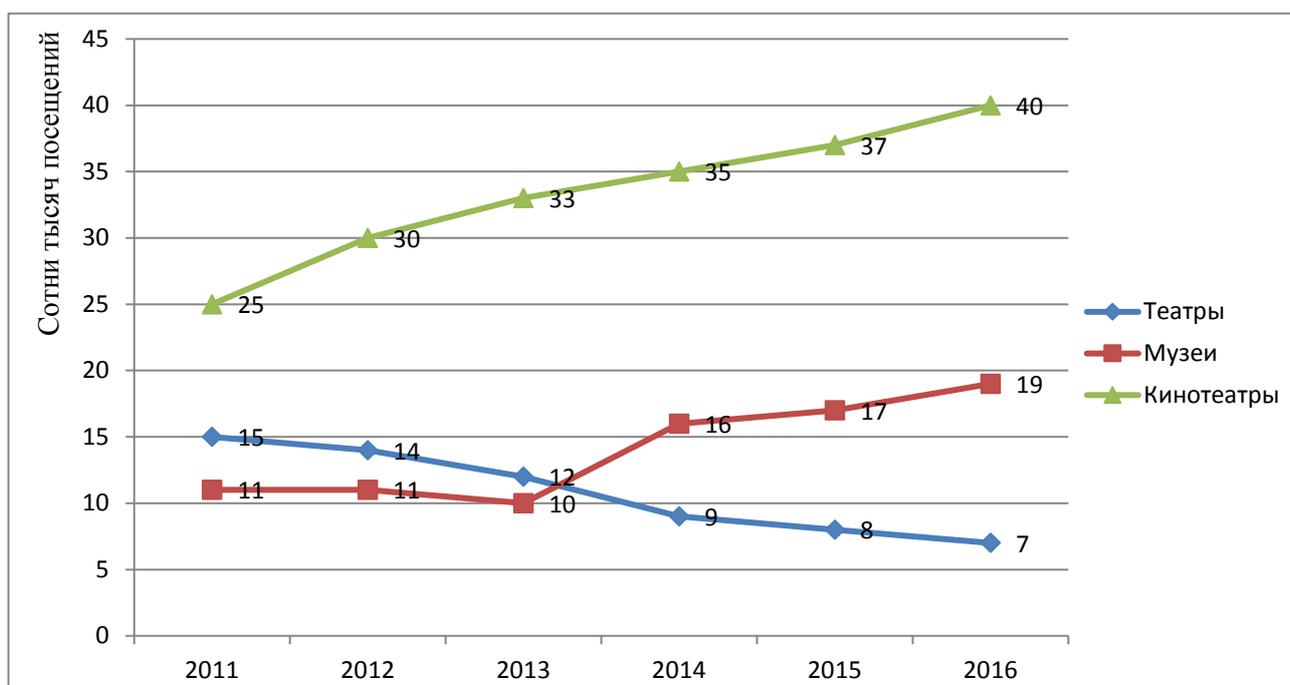


Рис.1. Динамика спроса на ряд культурных продуктов в Иркутской области  
(построено Шарафутдиновым О. Р. на основе данных Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Иркутской области)

Наиболее крупным сегментом рынка является кино. Этот сегмент не теряет популярность, и даже в кризисное время пострадал значительно менее остальных. Исходя из данных рис. 1, с помощью линии тренда можно построить прогноз динамики спроса на 2016, 2017 и 2018 гг.

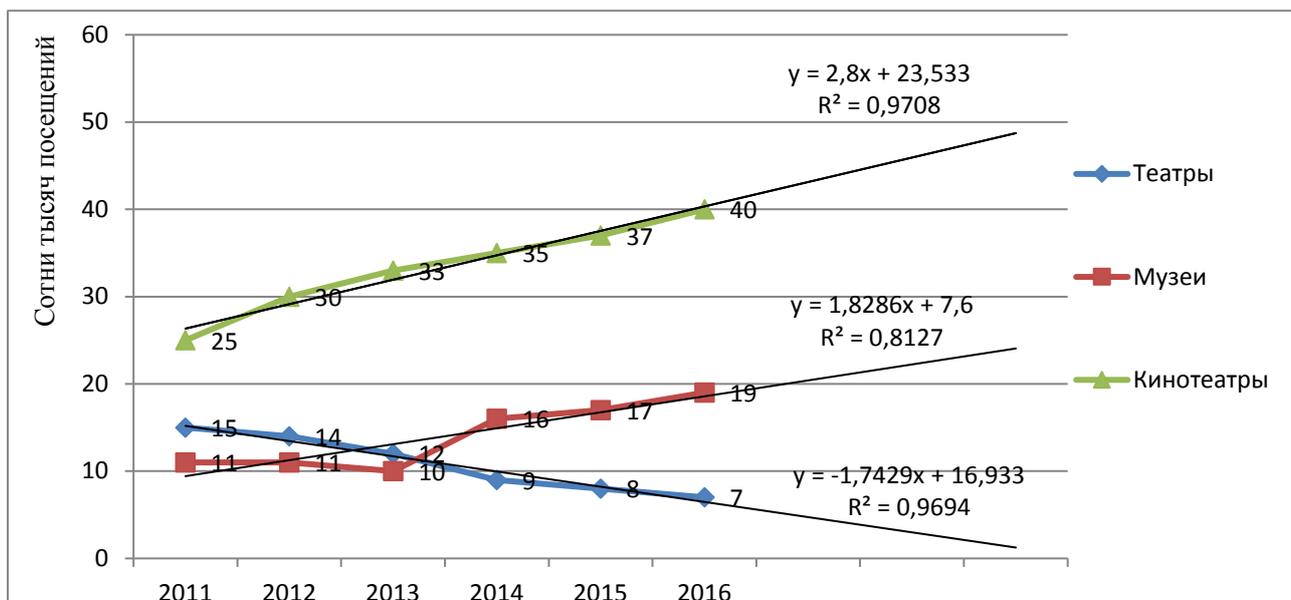


Рис. 2. Диаграмма с построенной линией тренда и выведенным коэффициентом детерминации, и уравнением регрессии (построено Шарафутдиновым О. Р.)

Исходя из построенной линии тренда, можно сделать вывод, что кинотеатры и музеи будут увеличивать свою популярность, а спрос на услуги театров будет снижаться. Как видно, в Иркутской области преобладают услуги кинотеатров и музеев. Подавляющее количество посещений приходится на кинотеатры — 40 тыс. чел. в год.

На рис. 3 представлено среднее число мероприятий, проводимых одной культурно-досуговой организацией на платной основе.

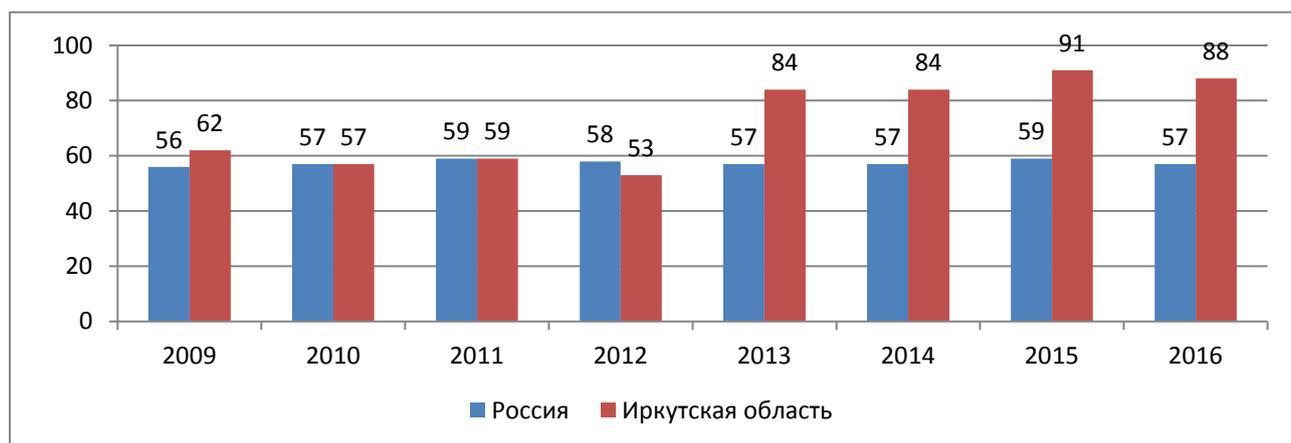


Рис. 3. Среднее число культурно-массовых мероприятий, проводимых на платной основе, на 1 учреждение культурно-досугового типа  
 Источник: ГИВЦ Минкультуры РФ, Росстат; 2014.

В 2015 г. в клубные учреждения области от основных видов уставной деятельности поступило 91 млн 863 тыс. р. Данный показатель возрос на

12 млн 251 тыс. р. за последние четыре года, ежегодно увеличиваясь примерно на 5 млн р. (рис. 4).



Рис. 4. Доходы культурно-досуговых учреждений от основных видов уставной деятельности [1]

В 2016 г. клубные учреждения области от предпринимательской и иной деятельности заработали 55 млн 112 тыс. р.

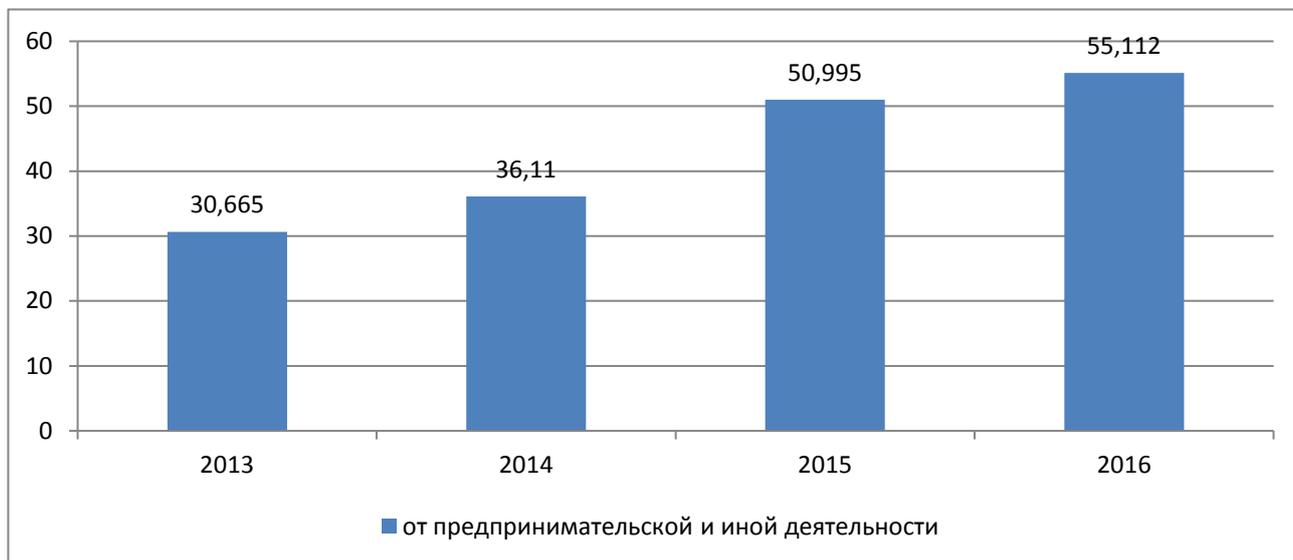


Рис.5. Доходы культурно-досуговых учреждений от предпринимательской и иной деятельности [1]

На сегодняшний день кинотеатры, различные концерты, а также музеи и театры набирают все большую популярность. А вот ночные клубы и дискотеки пользуются все меньшим спросом. Следует отметить, что основным потребителем досуговых услуг является молодежь. Население в возрасте 16–23 лет зада-

ют тон в посещении культурных мероприятий, и это является положительной тенденцией, как в целом для страны, так и для Иркутской области в частности.

Набор развлекательных услуг, которыми пользуется молодежь, значительно шире, чем у всего населения в целом. Чаще всего молодежь ходит в рестораны и кафе, а также в кинотеатры и парки. Около трети молодых людей посещают сауны и бани и примерно столько же — дискотеки. Также молодежь активно посещает спортивные секции, клубы, бассейны, бильярдные и боулинговые клубы, стадионы, ночные клубы, клубы и дома культуры, библиотеки [5].

Молодёжный досуг в нынешней социально-культурной ситуации предстаёт как общественно осознанная необходимость. Так как молодежь является движущей силой общества и культурного прогресса, мы рассмотрим культуру досуга молодежи.

К критериям культуры досуга молодежи мы отнесем:

1. Культурные интересы молодежи.
2. Избирательность в выборе содержания и форм досуговой деятельности.
3. Ориентацию на творческую составляющую досуга.
4. Умения и навыки организации досуга.
5. Общекультурную эрудицию.

В данной ситуации возникает проблема развития досуга молодежи — внутренней культуры человека, которая предполагает у него наличие определенных личностных качеств, позволяющих содержательно и эффективно проводить свободное время. Досуг, являясь частью свободного времени, привлекает молодежь:

- добровольностью выбора его различных форм;
- нерегламентированностью;
- эмоциональной окрашенностью;
- демократичностью;
- возможностью сочетать в ней физическую и интеллектуальную деятельность, творческую и созерцательную, производственную и игровую [3].

Это дает толчок к переосмыслению новых реалий, концепций и выводов теоретиков досуга. Современные и модные формы досуга стали синонимами престижа, а также предметом подражания для различных слоев населения, как для среднего класса, так и преуспевающих бизнесменов, так и среднего класса. Новый стиль в досуге и культуре отразил переосмысление ценностного сознания и сдвинул ценности труда к самооценности досуга. Вследствие чего возникает зависимость молодежи от материальных популярных вещей, создающих конкретный имидж молодых людей. Исходя из данного факта, можно говорить о том, что предлагаемые в учреждениях культуры традиционные формы досуга, в настоящее время не всегда могут соответствовать потребностям современной молодежи.

Именно поэтому предлагается разработать и внедрить проект по созданию литературной кофейни в городе Иркутске. Это место будет площадкой по объединению интересов абсолютно разных людей. Нужны места, куда люди приходят, чтобы отдохнуть. Места, благодаря которым растёт культура общения и культура потребления. Именно таким местом и будет создаваемый про-

ект. Это будет абсолютно новая форма проведения досуга для молодежи в городе Иркутске. Так как данный проект будет создаваться в сфере культурно-досуговых услуг, то данная организация будет площадкой для продвижения и большей узнаваемости талантливых писателей, художников, музыкантов и комиков городов Иркутска. На территории создаваемого проекта будет расположена сцена, где по вечерам непризнанные таланты смогут представить клиентам заведения свои творения. Будут проводиться поэтические вечера, выставки художников и фотографов, презентации книг, просмотры на большом экране фильмов, а также вечера Stand-up шоу.

Сейчас, несмотря на развитие культурно-досуговой сферы, у молодежи возникает вопрос, куда же сходить, в какое заведение и где провести время весело и интересно. Как ни странно, это заводит людей в тупик, а мест, где можно провести свое свободное время, очень мало. Поэтому создаваемый проект будет актуален в молодежной среде и позволит им разнообразить досуг и раскрыть свой творческий потенциал.

### **Список использованной литературы**

1. Интернет-портал Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Иркутской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://irkutskstat.gks.ru>.

2. Литвинова Е.В. Актуальные проблемы развития сферы досуговых услуг в России / Е.В. Литвинова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2010. – № 4. – С. 34–40.

3. Панфилова Е. В. Ценности культуры досуга студенческой молодежи: результаты исследования / Е. В. Панфилова // Молодой ученый. – 2015. – № 8. – С. 278–283.

4. Соловьева В.А. Деньги на игру (инвестиционные стратегии в индустрии развлечений и досуга) / В.А. Соловьева // РЦБ. – 2010. – № 9. – 30–38.

5. Швачко, Е. В. Культурно-досуговая деятельность как средство преодоления социальной апатии студенческой молодежи: монография / Е. В. Швачко // Челябинск: Челяб. гос. акад. культуры и искусств, 2015. – 190 с.