

Формирование интегрированной поддержки услуг индустрии культуры

Мальшина Н.А., кандидат философских наук, доцент,
докторант ОАО «ИТКОР»

Новиков Д.Т., доктор экономических наук, профессор,
начальник отдела инновационной логистики ОАО «ИТКОР»

Аннотация. Применение технологии интегрированной поддержки всех жизненных циклов услуг культуры позволяет снизить расходы бюджета на услуги культуры, контролировать соотношение и качество бесплатных и платных услуг, повысить доходность производителей услуг, реализовать внутренние резервы предприятий индустрии культуры. При реализации предлагаемых организационно-экономических мероприятий в рамках создания интегрированных сервисных комплексов индустрии культуры возникают определенные экономические, социальные и культурные эффекты. В результате использование данного вида поддержки является актуальной и востребованной формой функционирования и управления для крупных учреждений культуры, активно развивающих некоммерческие и коммерческие направления работы.

Ключевые слова: поддержка услуг культуры, интегрированный сервисный комплекс.

Formation of integrated support services to the cultural industries

Malshina N.A., candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor

Novikov D.T., doctor of Economics, professor,
innovative logistics department of institute «ITKOR»

Annotation. The use of integrated technology supporting all life cycles of cultural services to reduce budget expenditures on cultural services, and the quality control of the ratio of free and paid services, increase the profitability of producers of

services to implement internal reserves businesses cultural industries. With implementation of the proposed organizational and economic activities of the creation of integrated service centers of cultural industries there are certain economic, social and cultural effects. As a result, the use of this type of support is relevant and useful form of the operation and management of large cultural institutions are actively developing non-profit and commercial areas of work.

Keywords: support for cultural services, integrated service complex.

В национальном стандарте ISO 9001:2015 определение «услуга» дается с точки зрения процессного подхода и в большинстве случаев термины «productsandservices» («продукты и услуги») используются вместе. Отдельное рассмотрение «услуг» направлено на выявление специфики услуг – «как правило, нематериальность, выход непосредственного взаимодействия с потребителем может включать деятельность с нематериальной и материальной продукцией, с передачей знаний, информации, созданием благоприятных условий для потребителя, невозможность оценки качества услуг до момента завершения предоставления услуг, оценивается потребителем на основе его восприятия»¹.

Индустрия культуры как сфера экономики, естественно, рассматривает предоставление только платных услуг и ориентирована на получение прибыли. Платные услуги, предоставляемые населению РФ, представляют полезные результаты производственной деятельности, удовлетворяющие за плату определенные потребности граждан, но не воплощающиеся в материально-вещественной форме. Они являются «объектом купли-продажи и реализуются по ценам, целиком или в значительной мере покрывающим издержки

¹Национальный стандарт РФ ГОСТ Р ИСО 9000-2015 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь[электронный ресурс]– Режим доступа – URL: <http://mskstandart.ru/upload/medialibrary/gost-iso/gost-r-iso-9001-2015.pdf>

производителя (за счет выручки от реализации) и обеспечивающим ему прибыль»².

Критерием включения услуг в индустрию культуры будет являться получение прибыли путем реализации результатов социально-прогрессивной творческой деятельности, являющейся диалектическим единством процессов создания ценностей, норм и т.д. и освоения культурного наследия, направленная на преобразование действительности, на превращение богатства человеческой истории во внутреннее богатство личности. Культура же в данном случае рассматривается в аспекте результата творческой человеческой деятельности.

На основе статистических данных при использовании парного регрессионного анализа и корреляционно-регрессионного анализа, представляется возможным выделить основные составляющие влияния индустрии культуры на инновационное экономическое развитие субъектов РФ:

- прямой вклад: обеспечение занятости, создание рабочих мест; развитие человеческого капитала, социализация и самореализация населения; создание и развитие базы и инфраструктуры других отраслей экономики;
- косвенное влияние (реализация исключительного потенциала индустрии культуры в формировании инфраструктуры деловой активности и политической, инновационной жизни муниципальных образований): аккумуляция и трансляция базовых ценностей общества, как в коммерческой, так и в некоммерческой деятельности; обратные финансовые потоки от финансирования индустрии культуры; развитие корпоративной социальной ответственности бизнеса; применение современных технологий бизнеса, экономики и управления (брендинг, ребрендинг, промоакции, реинжиниринг, корпоративная культура и стиль и т.д.); создание инфраструктуры, условий и требований деловых контактов.

² Приказ Росстата от 23.07.2009 N 147 "Об утверждении Указаний по заполнению в формах федерального статистического наблюдения показателя "Объем платных услуг населению"/ Консультант Плюс[электронный ресурс] – Режим доступа – URL: <http://contact@consultant.ru>

Также возможно выделить основные составляющие влияния индустрии культуры на социальное развитие субъектов РФ:

- прямой вклад: духовное развитие общества и личности, развитие их творческого потенциала; выработка возможных образцов поведения; обогащение социальной среды жизни и деятельности населения;
- косвенный вклад: стимулирование восприятия к поиску новых путей деятельности, поведения, сознания; формирование культурно-исторического наследия, креативных возможностей населения; профилактика и сокращение девиантного и асоциального поведения; образование и воспитание будущего поколения (с помощью формирования интеллектуального капитала общества); развитие уровня социальной коммуникации в обществе; определение культурной идентичности населения.

Для дифференциации факторов влияния отдельных видов услуг культуры на развитие субъектов РФ необходимо произвести дальнейшую их классификацию. Всю совокупность услуг культуры возможно подразделить на однородные группы, подгруппы, виды и разновидности для облегчения процесса её анализа и управления, совершенствования их учета.

Все многообразие услуг культуры представляется возможным подразделить на ресурсоёмкие и нересурсоёмкие услуги³. Ресурсоёмкие (материалоёмкие, энергоёмкие, трудоёмкие) находятся в тесной зависимости полезного эффекта от величины, количества материальных затрат и качества производимого труда. Большинство услуг культуры относятся к ресурсоёмким видам услуг.

Все ресурсоёмкие услуги культуры делятся на услуги, рассматриваемые как товар, т.е. обладающие основным свойством возмездности, и на внутренние услуги, не рассматриваемые как товар, т.е. предоставляемые для внутреннего пользования и не имеющие материальной составляющей (нематериальные).

³ Мальшина Н.А. Методологические основы развития логистической системы услуг социально-культурной сферы / Н.А. Мальшина // Поволжский торгово-экономический журнал. – 2013. – № 6 (34). – С. 55.

Услуги культуры как товар имеют различную целевую направленность: обеспечение функционирования других видов услуг или продукции и обеспечение собственной самостоятельной ценности. Услуги культуры, не имеющие самоцели и направленные на другие услуги или продукцию, являются инфраструктурными, а услуги, заключающиеся в предоставлении собственной ценности конечным потребителям, являются конечными.

Инфраструктурные услуги культуры применяются как фон для осуществления какой-либо другой социально полезной деятельности, без них невозможной или низкоэффективной. Инфраструктурные услуги культуры не имеют большой самостоятельной потребительской стоимости и предназначены для увеличения потребительской стоимости (полезности) базовых услуг или продукции, наращивая показатели качества, количества, времени и др.

Инфраструктурные услуги культуры могут обеспечивать предоставление единичной продукции или другой услуги, функционирование не одного вида услуги или продукции, а целого отдельного поэтапного процесса – бизнес-услуги, направленные на обслуживание бизнес-процессов. Также могут обеспечивать увеличение эффективности функционирования всей системы в целом.

Конечные услуги культуры направлены на конечного конкретного потребителя (индивидуального или массового), подразумевая непосредственный контакт с человеком, и могут как содержать только полезность (самостоятельную потребительскую стоимость), так и предполагать лишь получение удовлетворения в процессе потребления, а также и сочетать в себе обе составляющие (очень редко). Конечные услуги культуры имеют самостоятельную абсолютную ценность и самоцель.

Утилитарные услуги культуры в основном являются услугами (бытовыми, социальными, производственными и др.), для которых польза является необходимым условием их возникновения. Утилитарные услуги культуры обладают самостоятельной потребительской стоимостью и могут оказываться

как индивидуальному, так и массовому потребителю различных уровней и классов.

Гедонистические услуги культуры не имеют собственной полезности и предоставляют нематериальную составляющую, выраженную в получении неповторимого удовольствия, чаще оказываются индивидуальному потребителю.

Обобщая сказанное, предлагается следующая авторская трактовка классификации услуг культуры. Услуги культуры являются ресурсоёмкими услугами и коррелируются с объёмом предоставляемых услуг:

1. услуги рассматриваются как товар, т.к. обладают основным свойством возмездности;

1.1.инфраструктурные услуги не имеют собственной самоцели и могут быть следующих видов:

1.1.1. услуги, направленные на обеспечение предоставления продукции или другой услуги;

1.1.2. бизнес-услуги, направленные на обслуживание бизнес-процессов;

1.1.3. услуги по обеспечению эффективности функционирования всей системы в целом (системные);

1.2. конечные услуги направлены на конечного конкретного потребителя, подразумевая непосредственный контакт с человеком, могут быть трёх видов:

1.2.1. утилитарные, направленные на получение пользы;

1.2.2. гедонистические, направленные только на получение удовольствия от пользования;

1.2.3. комбинированные, сочетающие оба предыдущих вида;

2. внутренние услуги не рассматриваются как товар, т.к. предоставляются для внутреннего пользования и не имеют материальной составляющей.

В результате исследования, проанализировав различные классификации типов и видов услуг (таблица 1), предполагается внести уточнение в общую

классификацию услуг культуры на основе критерия активности их использования.

Таблица 1

Разделение услуг по видам деятельности

Наименование услуг	Виды деятельности
<i>Активные</i>	Комплекс базовых услуг транснационального, трансконтинентального, международного, государственного масштаба функционирования, имеющие высокую, стабильную интенсивность, результативность
<i>Пассивные</i>	Единичные услуги дополняющего, обеспечивающего характера внутригосударственного, регионального, местного масштаба функционирования, имеющие низкую сезонную интенсивность, результативность

Основным признаком общей классификации услуг индустрии культуры определена степень освоения рынка услуг, что позволяет подразделить услуги на *активные* (влияющие на рынок услуг) и *пассивные* (испытывающие влияние рынка услуг). Активные услуги предоставляются активными участниками рынка услуг, самостоятельно реализующими результаты своей деятельности или деятельность (питание, проживание, информационные, образовательные, финансовые, транспортные услуги и т.д.), активно влияющие на рынок услуг (взаимодействуют с другими программами, проектами). Пассивными могут быть услуги, предоставляемые пассивными участниками рынка услуг, не реализующими самостоятельно результаты своей деятельности на рынке услуг, испытывающие воздействие, влияние со стороны активных участников (обслуживающие, обеспечивающие, энергетические услуги).

Для активных услуг характерна определённая степень инновационности: радикальной (выведение новой услуги), инкрементальной (усовершенствованной услуги) и в дальнейшем в зависимости от области приложения: технологии производства, создания нового рынка услуг, освоения новых ресурсов, реорганизации структуры управления.

Для активных услуг одним из основных параметров является коэффициент использования. Это фундаментальный параметр системы

массового обслуживания определяется как отношение интенсивности входного потока к пропускной способности системы:

$$p = \frac{\lambda \bar{x}}{m}, \quad (1)$$

где p – коэффициент использования,

$\lambda \bar{x}$ – интенсивность входного потока,

m – коэффициент пропускной способности системы.

Для различных участников рынка услуг одна услуга может быть и пассивной, и активной, в зависимости от основной, базовой направляющей деятельности субъекта рынка.

Каждый из выявленных видов услуг культуры имеют различную полезность (эффект) – индивидуальную, коммунальную и социальную (государственную)⁴. Индивидуальную полезность имеют услуги культуры, не имеющие свойства несводимости, а сводимые к интересам конкретного потребителя, коммунальную полезность – никто из потребителей не может быть исключен из потребления данного блага, отсутствие соперничества между ними, социальную (государственную) полезность – услуги обладающие свойством несводимости, потребителем культурных благ является исключительно государство (культурное наследие, архивы, музеи, реставрационные организации и др.). Кроме данных видов полезности существуют и смешенные виды услуг, обладающие сочетанием различных видов полезности (эффекта).

В результате проведённого анализа представляется возможным детальная дифференциация услуг культуры, учитывающая все имеющиеся связи между типами благ и их потребительскими эффектами. Процесс же оказания услуг индустрии культуры возможно классифицировать как бизнес-процесс, с его характерными свойствами, этапами и структурой, использующий основные потоки ресурсов.

⁴ Экономика культуры: учебник для вузов / Государственный институт искусствознания Министерства культуры РФ; Отв. ред., предисл. А.Я. Рубинштейн. – Москва: Слово, 2005. – с. 239

Алгоритм бизнес-процесса оказания услуг индустрии культуры включает несколько этапов: Сбор информации; Получение дополнительной информации; Обработка информации, подготовка решений; Отбор поставщиков; Проектирование комплекта услуг; Корректировка пакета услуг; Заказ услуг; Менеджмент качества; Предоставление, реализация пакета услуг; Продвижение; Потребление пакета услуг.

Сервис индустрии культуры возможно рассмотреть как экономическую деятельность, исходящую от производителя услуг к потребителю — физическим лицам и бизнес-структурам, результат формирования, использования и регулирования информационных, финансовых и материальных, человеческих потоков.

В индустрии культуры осуществляются определенные экономические отношения, сформированные в процессе воспроизводства культурных и социальных благ, выступающих и в вещественной (материальной), и в нематериальной (духовной) форме, в виде услуг или полезного эффекта труда, потребляемого непосредственно в процессе его производства.

В рамках организационно-экономического механизма поддержки индустрии культуры (ИК) организационные мероприятия включают несколько составляющих: классификация услуг культуры (авторская); классификация рынка услуг индустрии культуры (авторская); формирование комплекса услуг индустрии культуры; государственная поддержка, формы государственно-частного партнерства; минимизация рисков; формирование и практическая реализация программ услуг культуры в рамках интегрированных сервисных комплексов; формирование стратегии по увеличению эффективности функционирования индустрии культуры.

В рамках организационно-экономического механизма поддержки индустрии культуры экономические мероприятия включают основные составляющие: Оценка потенциала индустрии культуры; Формирование информационно-аналитической базы данных индустрии культуры; Создание экономико-математической модели поддержки услуг индустрии культуры;

Оптимизация затрат (создание интегрированных сервисных комплексов индустрии культуры); Повышение эффективности индустрии культуры (экономической, социальной, культурной).

Учитывая конкретный потенциал и уровень развития индустрии культуры в РФ, управление потоковыми процессами в индустрии культуры располагает значительными возможностями для организации бизнес-процессов в исследуемой области. Источниками развития и точкой приложения организационно-экономических усилий могут стать интегрированные сервисные комплексы.

Интегрированный сервисный комплекс рассматривается как сложная полифункциональная система, включающая совокупность производств, процессов, материальных устройств по созданию услуг индустрии культуры, их продуцированию, распределению и потреблению⁵.

Учитывая отличительные особенности услуг (неосвязаемость, недолговечность, невозможность накапливать), имеет смысл рассматривать не поток услуг, а совокупность продуцентов. При таком рассмотрении не возникает противоречия между определением потоковых процессов и сущностью услуг.

Кроме того, на основе сквозного управления потоковыми процессами с целью придания им количественных параметров и качественных характеристик в соответствии с воздействиями внешней среды, адаптация интегрированного сервисного комплекса включает интеграцию всех решений, влияющих на характер и движение потоковых процессов в целом вплоть до конечного потребителя. Предполагается использование интегрированных информационных технологий поддержки всех этапов жизненных циклов услуг культуры.

Данные технологии позволяют создать единую систему обмена информацией – информационно-аналитической базы данных (ИАБД) (рис. 1).

⁵Мальшина, Н. А. Модель совершенствования управления потоковыми процессами в интегрированных сервисных комплексах / Н. А. Мальшина // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия «Экономика. Управление. Право». – 2014. – №1. – С. 165.

Одной из важнейших экономических задач, которая может быть решена за счёт создания информационно-аналитической базы данных индустрии культуры, является значительное увеличение сбыта услуг культуры, за счет: открытого доступа к информации (базе данных и прайс-листам) об основных характеристиках, предлагаемых (потребляемых) услугах культуры; увеличения объема потребления услуг культуры через привлечение новых потребителей и партнёров, выхода на новые сегменты рынка, без издержек на рекламу; улучшение качества обслуживания, предоставления услуг, отвечающих потребностям конкретного субъекта РФ; регламентации поставщиков услуг (определение и контроль объемов и видов предоставляемых услуг); государственно-частного партнерства в системе услуг индустрии культуры; уменьшение степени риска выхода на новые потребительские рынки услуг культуры.

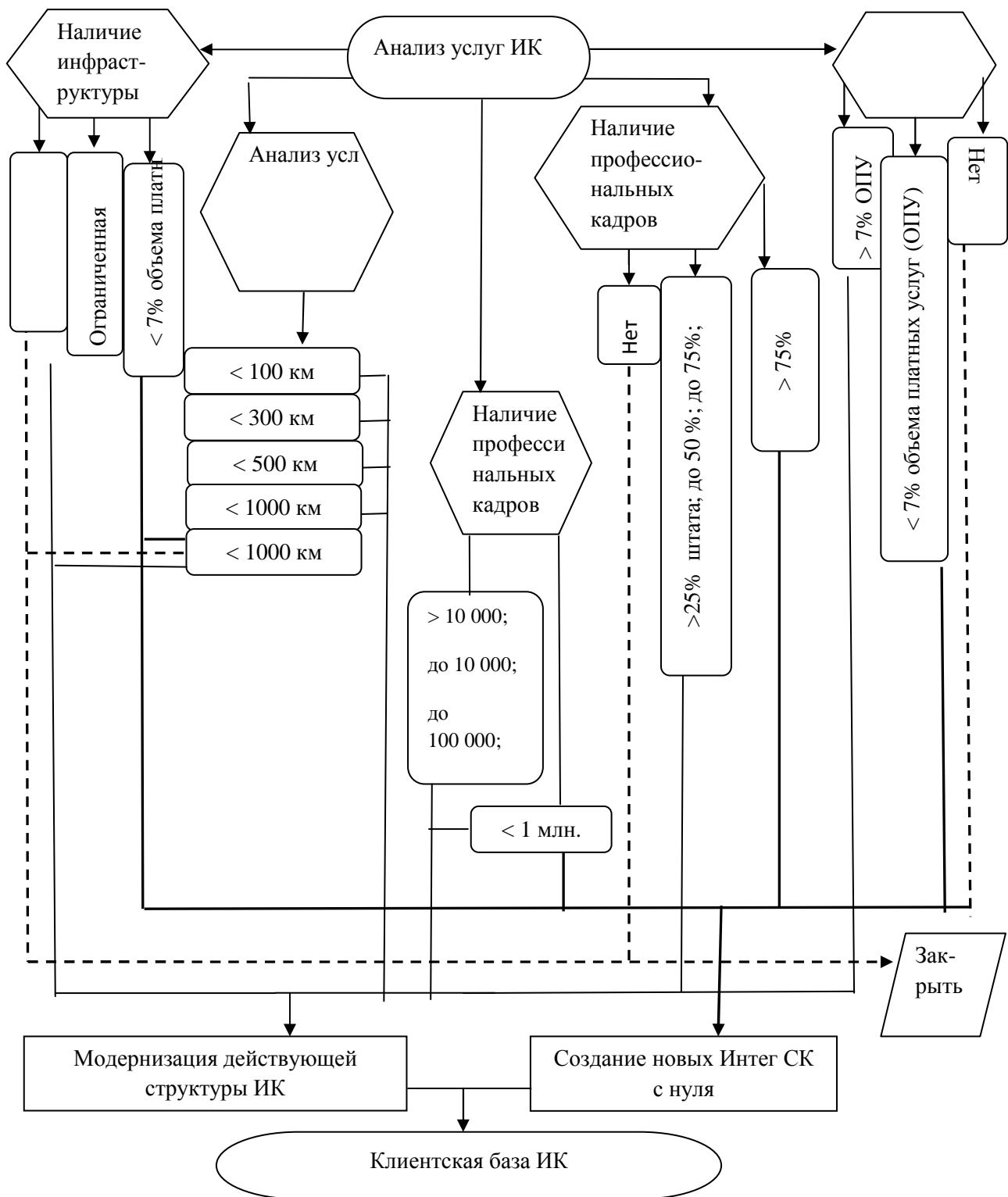


Рис. 1 – Алгоритм формирования информационно-аналитической базы данных индустрии культуры

Единое объектное управление предоставляемыми платными и бесплатными услугами культуры в интегрированных сервисных комплексах на основе государственно-частного партнерства позволяет снизить расходы

бюджета на услуги культуры, контролировать соотношение и качество бесплатных и платных услуг, повысить доходность продуцентов услуг, реализовать внутренние резервы предприятий индустрии культуры. Интегральный эффект может быть выражен при помощи следующей формулы⁶:

$$W_{i=1}^n(C) = \sum_{k=0}^k Q(C_0) + \Delta^0(C_i^k, \dots, C_i) + \Delta_n(C_n^k, \dots, C_n), (2)$$

где $W^k(C^k)$ – эффект достигаемый k-ой подсистемой при её обособленном функционировании при наличии собственного производства, выполнении транспортных операций по доставке потребителей или производителей услуг культуры;

$\Delta(C_i^k, \dots, C_i^k)$ – синергетическая составляющая интегрального эффекта, обусловленная взаимодействием подсистем;

$\Delta_n(C_n^k, \dots, C_n^k)$ – синергетическая составляющая интегрального эффекта системы, обусловленная кооперацией с независимыми компаниями;

N – число компаний, с которыми осуществляется взаимодействие;

C – системы;

k – дочернии (интегрированные) компании;

W(C) – интегральный эффект.

Выбор конечного варианта действий определяется потребностями и возможностями конкретного субъекта рынка. Алгоритм изменения структуры индустрии культуры при внедрении информационно-аналитической базы данных позволяет создать новый интегрированный сервисный комплекс не только полностью адаптированный к потребностям внешней среды, но предоставляющий продуцента, высококачественных услуг индустрии культуры с учётом требований клиентов и потребностей государства.

Предложенные мероприятия внедрения информационно-аналитической базы данных индустрии культуры представляют собой комплекс действий по анализу и осуществлению информационно-логистического обеспечения

⁶ Новиков Д. Т. Формирование логистической поддержки продвижения научно-технических разработок / РИСК – № 4, 2012. – с. 27

деятельности организаций, рассматриваемой области, который позволит повысить: эффективность вложений государственных и частных средств в индустрию культуры, качество оказываемых услуг, устойчивость и конкурентоспособность платных и бесплатных услуг культуры.

Одной из важнейших экономических задач, которая может быть решена за счёт создания информационно-аналитической базы данных индустрии культуры, является значительное увеличение сбыта услуг культуры, за счет: открытого доступа к информации; увеличения объема потребления; улучшения качества обслуживания; регламентации поставщиков услуг; государственно-частного партнерства; уменьшения степени риска.

В результате формирования и внедрения логистической поддержки индустрии культуры на основании использования интегрированных сервисных комплексов существует негативный вариант развития – закрытие, завершение функционирования системы услуг индустрии культуры и два основных положительных варианта развития: модернизация действующей структуры услуг индустрии культуры; создание новых интегрированных сервисных комплексов с самого начала.

Основными критериями структуризации индустрии культуры для создания интегрированных сервисных комплексов будут являться: наличие инфраструктуры индустрии культуры; удаленности от культурных центров; численность населения и возраст; кадровой обеспеченности; спрос на услуги культуры.

Анализ функционирования индустрии культуры производится на основе статистических данных, что позволяет определить оптимальный вариант создания интегрированных сервисных комплексов путем выбора варианта развития исходя из конкретных показателей субъекта индустрии культуры и пошагового выполнения алгоритма.

Создание нового типа автономной организации культуры ставит перед собой задачу сочетание различных форм собственности и управления в пределах одной организации, следовательно, привлечение различных

источников финансирования и повышение эффективности функционирования и доходности. Финансовая самостоятельность организаций культуры создает предпосылки для сочетания различных направлений деятельности, вовлечения партнерских организаций как российских, так и иностранных производителей услуг.

Финансирование услуг индустрии культуры на основе государственно-частного партнерства, исходя из предлагаемой дифференциации услуг культуры и их эффектов, позволит учитывать и социальные интересы, и экономические выгоды каждого конкретного субъекта культурной деятельности.

В результате решение задач оптимизации в совокупности увеличит эффективность деятельности производственно-сбытовой системы услуг культуры, что можно представить в виде блок-схемы процесса (рисунок 2).



Рис. 2 – Алгоритм повышения эффективности функционирования бизнес-процессов индустрии культуры

Таким образом, функционирование предлагаемых интегрированных сервисных комплексов в соответствии с тенденциями развития мировой сферы услуг, приоритетным направлениям и ключевым задачам культурной политики РФ, несомненно, скажется на «социализации молодежи, сохранении и развитии традиций народной культуры, устойчивости ценностных установок россиян к пагубному воздействию продуктов массовой культуры, развитию творчества в различных его формах»⁷.

Таким образом, сочетание и использование различных возможностей является актуальной и востребованной формой функционирования и управления для крупных учреждений культуры, активно развивающих некоммерческие (программно-целевая форма финансирования государством) и коммерческие направления работы (платные услуги, привлечение финансирования спонсоров, фондов).

Библиографический список

1. Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 годы Проект утвержден Распоряжением Правительства Российской Федерации от «27» декабря № 2567-р [электронный ресурс] – Режим доступа – URL: http://mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2013/16_12_2013_1.pdf

2. Мальшина Н.А. Методологические основы развития логистической системы услуг социально-культурной сферы / Н. А. Мальшина // Поволжский торгово-экономический журнал.– 2013. – № 6 (34). – С. 54-62.

3. Мальшина Н. А. Модель совершенствования управления потоковыми процессами в интегрированных сервисных комплексах / Н. А. Мальшина // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия «Экономика. Управление. Право». – 2014. – №1. – С. 163-167.

4. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р ИСО 9000-2015 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь[электронный ресурс] –

⁷ Государственная программа Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013 - 2020 годы Проект утвержден Распоряжением Правительства Российской Федерации от «27» декабря № 2567-р[электронный ресурс] – Режим доступа – http://mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2013/16_12_2013_1.pdf

Режим доступа – URL: <http://mskstandart.ru/upload/medialibrary/gost-iso/gost-r-iso-9001-2015.pdf>

5. Новиков Д. Т. Формирование логистической поддержки продвижения научно-технических разработок / РИСК № 4, 2012. – с. 24-28

6. Приказ Росстата от 23.07.2009 № 147 «Об утверждении Указаний по заполнению в формах федерального статистического наблюдения показателя «Объем платных услуг населению»/ Консультант Плюс[электронный ресурс] – Режимдоступа – URL: <http://contact@consultant.ru>

7. Экономика культуры: учебник для вузов / Государственный институт искусствознания Министерства культуры РФ; Отв. ред., предисл. А.Я. Рубинштейн. – Москва: Слово, 2005. – 605 с.