
Актуальные проблемы развития сферы досуговых услуг в России

Литвинова Е. В.

В статье обсуждаются понятие и значение досуга, рассматриваются некоторые особенности и специфика досуговых услуг, предложены новые подходы к их классификации. Обоснована необходимость выделения досуговых услуг и включение их в Общероссийский классификатор услуг населению. Особое внимание уделено развитию современного рынка досуговых услуг в России.

Ключевые слова: досуг, досуговая деятельность, досуговые услуги, рынок.

The article reveals notion and significance of leisure, particular qualities and specifics of leisure services. The author offers new approaches to their classification and explains the necessity of inclusion in All-Russian Classifier of Services Rendered to the Public. Particular attention is paid to the development of modern leisure services market in Russia.

Key words: leisure, leisure activity, leisure services, market.

Комфортное существование современного человека в значительной степени зависит от доступности, разнообразия и качества предоставляемых ему услуг. К настоящему времени широкий спектр услуг в экономике любой страны обладает существенными различиями как в сфере их классификации, так и учета, что обусловлено, в первую очередь, особенностями сложившихся национальных традиций.

В последние десятилетия во всем мире, в том числе и в России, активно развивается сфера досуговых услуг, выполняющая ряд важнейших функций, в том числе экономические, социальные, воспитательно-просветительские,

реабилитационно-восстановительные и др. В Российской Федерации до настоящего времени отсутствует национальный стандарт, характеризующий такие понятия как «досуг», «досуговые услуги», «досуговая деятельность».

Досуг следует понимать как центральный элемент культуры, имеющий глубокие и сложные связи с общими проблемами работы, семьи, политики. Он создает для человека возможности реализовывать потребности его внутреннего развития, что невозможно в полной мере в деловой сфере, в домашнем хозяйстве, на фоне повседневных забот. Это деятельность человека в свободное время вне сферы общественного и бытового труда, благодаря которой он восстанавливает затраченные силы, приобретает навыки и развивает способности, которые невозможно развить в трудовой сфере.

Существует много интерпретаций слова «досуг». В древней Греции слово досуг («schole») означало «серьезная деятельность без давления необходимости», на английском «leisure» — означает позволение, разрешение. Нередко досуг определяется как часть внерабочего времени, которая остается после непреложных занятий (сон, питание, дорога на работу и обратно, бытовое самообслуживание и т. п.) и расходуется на восстановление сил, а также на физическое и духовное развитие человека.

Вышеприведенные определения с учетом международных стандартов дают возможность определить понятие «досуговая услуга» как непосредственное взаимодействие исполнителя и потребителя, а также собственная деятельность исполнителя, направленная на удовлетво-

рение потребностей человека в организованном проведении свободного времени вне сферы общественного и бытового труда. Вместе с тем потребитель досуговых услуг реализует различные запросы, а также восстанавливает собственную работоспособность.

Досуг осуществляется в специальных учреждениях: библиотеках, музеях, клубах, домах творчества, спортивных секциях, клубах по интересам и др. Потребителю должно быть в них интересно и комфортно, что требует учета конкретных интересов и запросов посетителей, активного воздействия на них. Учет запросов потребителей к содержанию и качеству досуговых услуг — обязательное условие рациональной досуговой деятельности.

Досуговая деятельность многогранна и разнопланова — так, пассивный отдых снимает напряжение расслаблением, созерцанием природы, размышлением и т.п. Активный от-

дых предполагает физическую и культурную деятельность (физкультура, туризм, танцы и т.п.). Развлечения (просмотр кинофильмов, посещение театров, концертов, музеев, экскурсий, путешествия и т.п.) имеют ярко выраженный компенсационный характер и обеспечивают человеку смену впечатлений. Праздники сочетают в себе отдых и развлечения, позволяют человеку ощутить эмоциональный подъем. Самообразование (чтение, лекции, диспуты, семинары и пр.) приобщает людей к интеллектуальному отдыху, который сочетает в себе приобретение знаний и развлечения. Креативные занятия обеспечивают наиболее высокий уровень досуговой деятельности.

Проблемы развития досуговых услуг в большей степени обусловлены их специфическим характером. Проведенные исследования позволили автору выделить основные признаки классификации досуговых услуг (рис. 1).

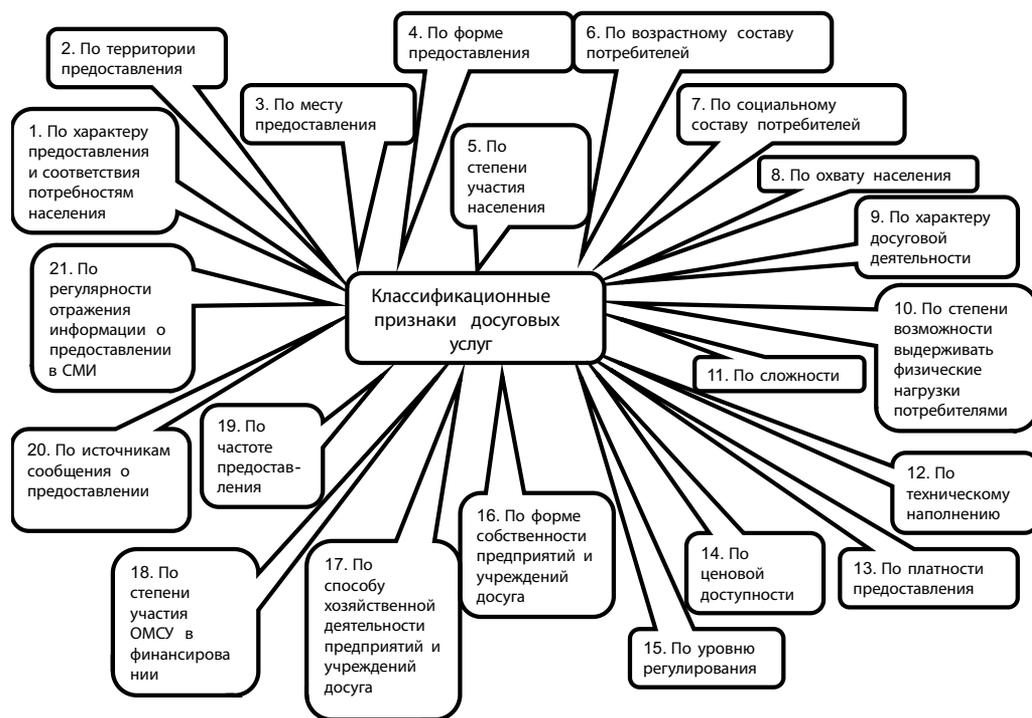


Рис. 1. Классификационные признаки досуговых услуг

Предлагаемая классификация позволяет выделить направления работы учреждений сферы досуга, соответствующие современным потребностям населения, к которым можно отнести рекреационные, оздоровительные, познавательные, образовательные, просветительские, информационные, коммуникативные, творческие, развлекательные, туристские и другие. Для их удовлетворения требуются разработка и применение приемов, методов и технологий оказания досуговых услуг. Как известно, досуговые занятия заполняют свободное время людей, которое неравномерно распределено среди различных групп населения. Следовательно, необходимы поиски новых форм предоставления досуговых услуг среди потребителей разных возрастных и социальных групп.

Досуговые услуги охватывают различные виды деятельности — от простых, не требующих высокой квалификации исполнителей (предоставление газет, журналов, настольных игр), до достаточно сложных (проведение кинофестивалей, игра на музыкальных инструментах и пр.), выполнение которых требует специального образования. Многие виды досуговых услуг имеют ярко выраженный территориальный характер, в связи с чем ключевую роль в их развитии играют органы местного самоуправления. В компетенции органов местного самоуправления находится значительная часть досуговых центров, клубов, развлекательных учреждений.

Значительная часть услуг музеев, библиотек, клубных учреждений, парков культуры и отдыха, зрелищные услуги носят локальный характер, они практически не подлежат накоплению или транспортировке. Их производство и реализация (потребление) сосредоточены на территории конкретного района и учитывают его специфику, а при оказании этих услуг, как правило, широко используются именно их трудовые и материальные ресурсы.

По своей направленности досуговые услуги могут носить как производственный, так и социально-культурный характер. Оказание ряда услуг связано с использованием сложных технических средств, наличием высокой ква-

лификации исполнителей, а также знаниями психологических особенностей клиентуры.

В отличие от продукции с материальными свойствами, досуговым услугам присуща способность воздействовать на эмоциональную сферу людей. Они носят, как правило, интегрированный характер и могут быть представлены в различной форме: массовой, камерной, индивидуальной, интерактивной. И на любой демонстрационной площадке, в том числе в зрительном, танцевальном, выставочном зале, стадионе, в учебном заведении и т. д.

По интенсивности физических нагрузок досуговые услуги могут быть предоставлены здоровому населению, детям, людям с ограниченными физическими возможностями (инвалидам).

По техническому наполнению досуговые услуги предполагают наличие технических средств, оборудования, инвентаря (аттракционов, средств передвижения), либо услуги предоставляются без их участия.

По срокам проведения досуговые услуги могут подразделяться на разовые, ежемесячные, ежеквартальные и др.; по характеру деятельности — пассивные или активные; по степени отражения в СМИ — популярные либо редкие; по направленности — непосредственные или опосредованные; по сложности — простые или сочетающие несколько видов услуг.

По уровню государственного регулирования их можно разделить на три большие группы: услуги, регулируемые на федеральном, региональном и муниципальном уровнях. Приведем классификацию коллективных организаторов досуга по важнейшим признакам. По форме собственности это:

- ✓ учреждения федеральной собственности;
- ✓ учреждения субъектов РФ;
- ✓ учреждения муниципальной собственности;
- ✓ организации частной собственности физических или юридических лиц.

По способу хозяйственной деятельности предприятия или учреждения досуга можно разделить на следующие типы:

- ✓ коммерческий — ориентиры на рыночные принципы деятельности, получение наибольшей прибыли, достижение экономического эффекта — фирмы, оказывающие услуги в разных сферах досуга, а также частные организации, коммерческие структуры по производству, демонстрации и торговле товарами культурного назначения;
- ✓ некоммерческий — в иерархии целей преобладают культурно-содержательные аспекты деятельности: сохранение художественных ценностей и традиций, эстетическое и нравственное воспитание молодежи, поддержание культурного престижа нации, развитие художественного творчества и др. — общественные каналы СМИ, государственные театры, библиотеки, музеи, клубы;
- ✓ смешанный — некоммерческие по своим целям предприятия и учреждения ведут предпринимательскую деятельность, а доходы от нее направляют на свое развитие, перераспределяя дополнительные средства внутри организации. В условиях недостаточного финансирования в этот тип вливается часть некоммерческих организаций.

По степени участия органов местного самоуправления в финансировании досуговой деятельности предприятия и учреждения досуга могут быть бесплатные, оплачиваемые частично, оплачиваемые полностью.

Опыт стран с развитой рыночной экономикой показывает, что сфера досуговых услуг

сегодня является не «социальным иждивенцем», а активным партнером всех отраслей экономики, а также инструментом создания и продвижения привлекательного имиджа территории. Разнообразие и многоплановость оказываемых населению досуговых услуг требуют особого подхода к выбору форм и методов их поддержки и регулирования как на федеральном, так и на региональном и на муниципальном уровнях.

Сфера досуговых услуг должна рассматриваться как важный сектор экономики, обеспечивающий рост занятости и приток доходов в бюджеты всех уровней. В то же время четкое представление о количественной составляющей досуговых услуг в общем объеме предоставляемых услуг населению отсутствует, т.к. они не выделены в самостоятельную группу в Общероссийских классификаторах (рис. 2).

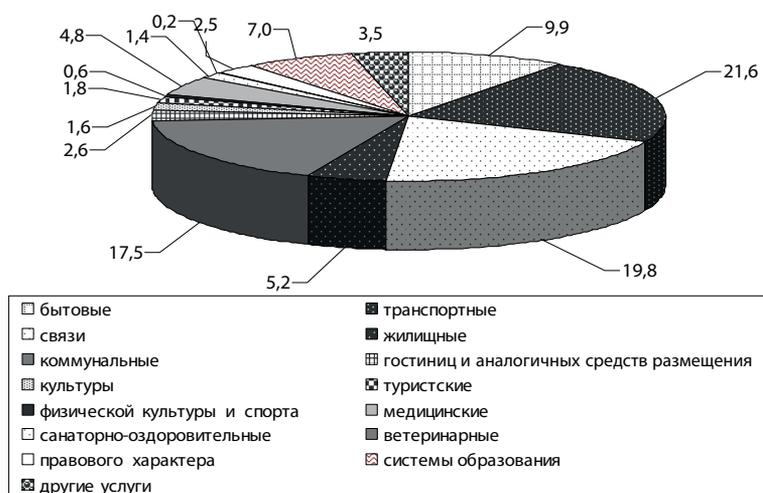


Рис. 2. Видовая структура услуг населению в 2008 году, в % от общего объема оказанных услуг.

(***По данным статистического сборника Федеральной Службы государственной статистики «Платное обслуживание населения в России. 2009»)

Как видно из рисунка, среди всего спектра представляемых услуг населению значительный объем приходится на санаторно-оздоровительные, туристские, услуги физкультуры и спорта и услуги культуры (13,6%), которые в той или иной степени связаны с организацией досу-

га. Этот показатель формируется на основании данных из форм федеральной статистики и экспертных оценок.

Данные об объеме платных услуг населению по их видам приведены в соответствии с Общероссийским классификатором услуг населению (ОКУН). Здесь услуги разделены по иерархическому признаку «от общего к частному». Досуговые услуги в ОКУН интегрированы в трех группах: услуги учреждений культуры, услуги общественного питания и туристские услуги. Самостоятельный раздел в ОКУН, характеризующий досуговые услуги, отсутствует, что, на наш взгляд, является неправомерным, так как за время принятия ОКУН в 1992 г. прошло около 20 лет и, соответственно, состав и структура услуг изменились.

Существующая структура и состав подгруппы 050000 «Услуги учреждений культуры» Общероссийского классификатора услуг населению не отражают реального состояния предоставления такого вида услуг, как досуговые. При подготовке предложений по уточнению классификатора ОКУН была использована идея классификации досуговых услуг по характеру предоставления и потребления населением. Поэтому предлагается выделить в классификаторе самостоятельный сегмент услуг — классификационный вид 054000 «Досуговые услуги».

Такой подход послужит основой для идентификации оказываемых досуговых услуг, планирования объемов реализации данных услуг, в т.ч. при их техническом регулировании (в т.ч. стандартизации и сертификации), а также при гармонизации требований к качеству и безопасности оказываемых услуг с международными нормами.

Кроме того, в системе ОКУН целесообразно модернизировать перечень досуговых услуг с целью отражения фактического состояния данного вида деятельности в настоящее время, дополнив его современными видами услуг, в частности, предоставление услуг Интернет в развлекательных и образовательных целях, проведение занятий в клубах по скейтбордингу, роликовому спорту, сноубордингу и т.д.

В настоящее время появилась обширная группа населения, которая позитивно оценивает расширение форм досуговой деятельности, связанной в первую очередь с туризмом, путешествиями, возможностью поездок по России и за границу. Спрос на туристские услуги является достаточно устойчивым и стабильным.

Сегодня можно выделить также ряд других запросов в проведении досуга — это, прежде всего, аттракционы, экзотические театры, музыкальные концерты и т.п. Однако учрежде-

дения государственной и муниципальной собственности, осуществляющие свою деятельность в сфере досуговых услуг, пока не в состоянии полностью удовлетворить растущие потребности населения в разнообразных видах высококачественного досуга.

Вместе с тем, в развивающуюся модель сферы досуга сегодня все активнее включается частный (коммерческий) сектор

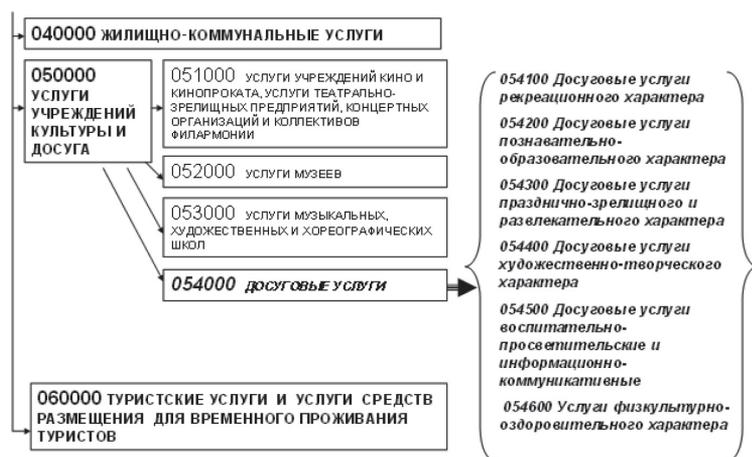


Рис. 3. Предложения по совершенствованию Общероссийского классификатора услуг населению в части культурно-досуговой деятельности

в лице фирм, компаний, кооперативов, акционерных обществ и хозяйственных товариществ. В отличие от государственных структур, которые функционируют в социально-культурной сфере через специально созданные ведомства и организации, коммерческий (частный) сектор, обладающий большей гибкостью и динамизмом, быстро наращивает свою материальную базу, создает собственную разветвленную производственную инфраструктуру, позволяющую восполнить дефицит в досуговых услугах, предоставляемых государством или общественно-добровольными структурами.

Коммерческий сектор достаточно оперативно улавливает малейшие колебания моды и изменения предпочтений потребителей, что способствует развитию рынка. Появляются крупные специализированные развлекательные центры, предлагающие широкий спектр досуговых услуг как для взрослых, так и для детей. Причем их растущая посещаемость дает все основания предполагать, что этот бизнес будет стабильно развиваться. Организаторы досуга сегодня отчетливо осознают, что растущие потребности открывают для бизнеса значительные возможности.

Наиболее перспективным форматом в этой области являются проекты, ориентированные на коллективный семейный и молодежный отдых. Основная аудитория — родители с детьми и молодежь. На сегодняшний день в подавляющем большинстве российских крупных торгово-развлекательных центров представлены традиционные виды развлечений: кинотеатр, боулинг, детские развлекательные зоны, бильярд, интернет-клуб, каток, фуд-корты.

В ближайшие годы можно прогнозировать рост потребительского спроса на услуги развлекательных центров за счет роста доходов населения. Кроме того, сохранится тенденция размещения детских развлекательных комплексов в крупных торгово-развлекательных центрах, предлагающих разнообразные аттракционы для детей всех возрастов (интерактивные и экстремальные аттракционы, роллердромы, картинг-центры и др.). Перспективы развития

этого направления зависят от темпов рождаемости и повышения уровня благосостояния населения.

Жизнь современного города сегодня во многом определяется событийным календарем и наличием предприятий досуга: музыкальными клубами, Интернет-кафе, открытыми сценическими площадками, художественными галереями и другими формами культурных инициатив, образующих активную среду для самых разных запросов людей. Такие объекты, как многофункциональные культурные центры, не только привлекают широкие слои населения, но и являются основой развития городского туризма. В качестве примеров можно отметить Центр Помпиду в Париже (Франция), который посещает около 6млн чел. в год, музей Гугенхайма в Бильбао (Испания) — 1,2млн чел. в год, сеть галерей Тейт (Великобритания) — 6,2млн чел. в год. Подобные центры стали пространством эффективного диалога и тесного сотрудничества в области досуга, туризма, культуры, политики.

Сложившийся в нашей стране рынок предложений в сфере досуга пока еще отстает от западного по количеству, уровню и разнообразию предлагаемых услуг. Во всем мире создаются крупные тематические парки и комплексы с широким набором развлекательных, культурно-познавательных и спортивно-оздоровительных программ. Тематические парки проектируются вместе с другими компонентами сферы развлечений, что позволяет ускорить окупаемость вложенных средств. Если проанализировать структуру доходов тематических парков, то, как правило, 50% дохода составляют поступления от дополнительных услуг: платы за парковку, питание, проживание в гостиницах, продажи сувениров и пр. Вместе с тем многие торговые марки используют тематические парки в качестве площадки для размещения рекламы и продвижения продукции. Среди них лидеры рынка — Lego, Universal, Mercedes-Benz, Paramount, отлично владеющие маркетинговым инструментарием, они умеют инвестировать в будущее.

В нашей стране, по данным Российской ассоциации парков и производителей аттракционов (РАППА), насчитывается около 650 парков развлечений, в том числе 30 крупных. В Союзе ассоциаций и партнеров индустрии развлечений (САПИР) считают, что их еще больше — около 700. Подсчитать на деле число парков аттракционов в России довольно сложно, т.к. эта деятельность не лицензируется и не сертифицируется.

В настоящее время развиваются новые современные технологии досуговой деятельности, появляются досуговые объекты нового формата. Так, в мире около 500 крупных кинотеатров для автомобилистов, особенно близ европейских курортных городов, в сельских местностях Австралии и США. В Германии летом работают около двадцати таких кинотеатров [3].

Автокинотеатры стали появляться и в нашей стране. Эксперты считают, что такой

проект будет востребован на рынке досуговых услуг. Этот формат доказал свою привлекательность на Западе, а жители крупных российских городов охотно экспериментируют в индустрии досуга и развлечений. Также на отечественном рынке в последнее время стали появляться и другие формы досуга: аквапарки, скалодромы, роледромы, аквариумы, мини-гольф и пр.

Однако несмотря на динамичное развитие сферы досуговых услуг, остаются и некоторые проблемы, сдерживающие его развитие, в частности, высокие кредитные ставки и дефицит кадров. Необходимо активно разрабатывать и апробировать новые инструменты регулирования рынка досуговых услуг, учитывая расслоение российского общества по уровню доходов, что, несомненно, потребует и дифференцированного подхода к ценовым параметрам предложения досуговых услуг.

Литература

1. Платное обслуживание населения в России. 2009. Статистический сборник Федеральной Службы государственной статистики, электронная версия. URL: http://www.gks.ru/wps/PA_1_0_S5/Documents/jsp/Detail_default.jsp?category=1112178611292&elementId=1260453359625. (дата обращения: 30.08.2010.)
2. Торгово-развлекательный симбиоз // Коммерческая недвижимость. 2007. № 11. URL: <http://www.kommned.ru/200711/rt/>. (дата обращения: 10.09.2010.)
3. Куц К. Целлулоидные страсти за ветровым стеклом // Вокруг света. 2008. <http://www.vokrugsveta.ru/telegraph/technics/665/> (дата обращения: 03.09.2010.)
4. Чинарова Е. Всех прокатим // Бизнес-журнал. 2006, № 17.