

**Хуан Сыци**

**БГЭУ (Минск)**

*Научный руководитель — Е. Б. Дорина*

## **ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ СФЕРОЙ КУЛЬТУРЫ**

Текущее развитие страны определяет возможность интеграции организации в зрелые рыночные отношения в сфере культуры прежде всего из-за огромного нереализованного социально-экономического потенциала этих организаций. В связи с этим приоритетом реализации национальной политики в области культуры является содействие развитию коммерческого сектора в сфере культуры и совершенствование нормативно-правовой базы для отрасли. Стратегические задачи страны включают разработку методов и инструментов для реализации национальной культурной политики и создания единого культурного пространства.

Культурный сектор имеет особенности, которые действуют в России и в других странах за рубежом. Существуют различия в организационных формах, управлении культурным предприятием. Большинство иностранных компаний действуют как некоммерческие организации и являются наиболее эффективной формой рыночных условий. Поэтому в США это касается практически всех театров с фиксированными сценами, для 75 % музеев симфонического оркестра, хотя только 3–5 % из них приносят прибыль. Остальные культурные предприятия находятся в государственной собственности. Различия в формах управления российскими и зарубежными компаниями создают предпосылки для разных тенденций развития отечественной и международной культурной сферы.

В последние два десятилетия спрос на культурные услуги в развитых странах неуклонно растет. Это особенно проявляется в увеличении потребительских расходов на услуги в этой области. По данным ООН их доля в общих расходах домохозяйств почти удвоилась по сравнению с 1980 г. А в США достигла 10,4 %, в Великобритании — 10,3, в Германии — 9,9, в Швеции, Норвегии — 9,1, Италии — 8,9, во Франции — 8,4 %.

Кроме того, возросший спрос на культурные услуги в этих странах также отражается в быстром росте посещаемости в этих учреждениях. По сравнению с развитыми странами Россия противостоит тенденции культурного развития. Количество посетителей российских музеев в 2–3 раза выше среднего по Европе, а кинотеатров — в 6–9 раз. Общий уровень спроса на музеи и кинотеатры в нашей стране оценен с использованием общих показателей. Посещения (музеи и кинотеатры) в 3–5 раз ниже, чем в развитых районах страны. Европейские страны характеризуются относительной равномерностью посещаемости музеев и кинотеатров несколько выше, чем у последних, но эта

тенденция не распространяется на Россию [1, с. 1]. Таким образом, мировой опыт финансирования, поддержки и развития культурных сфер предполагает, что существуют три основных типа культурной экономики в зависимости от механизмов их финансирования [2, с. 14].

Культурная деятельность способствует решению многих задач, в том числе повышает активность населения, поддерживает экономическое развитие, улучшает уровень образования, привлекает туристов, возрождает городскую среду. Творческая работа людей вообще связана с умением по-новому пользоваться различными образами, текстами и звуком, воздействовать на окружающих, информируя их, развлекаая, обучая и воспитывая. Практическая ценность изучения иностранного опыта заключается в том, что с помощью анализа можно определить положительные аспекты, которые могут быть использованы в российской практике, а с другой стороны, существуют недостатки, которые помогут избежать подобных ошибок.

### Источники

1. *Игнатъева, Е. Л.* Экономика культуры : учеб. пособие / Е. Л. Игнатъева. — 2-е изд., уточн. и доп. — М. : ГИТИС, 2006. — 231 с.
2. *Калягин, А. А.* Культура и будущее России. Новый взгляд (доклад подготовлен по заказу Общественной палаты РФ) / А. А. Калягин // Справ. рук. учреждения культуры. — 2008. — № 2. — С. 75–84.
3. *Мешканцов, А. А.* Источники финансирования в сфере культуры / А. А. Мешканцов // Культура: упр., экономика, право. — 2004. — № 1. — С. 39–44.

**Чжан Сяоцянъ**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — Ю. А. Шаврук, канд. экон. наук, доцент*

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

Событийный туризм — это сравнительно молодое направление туризма, в котором главной мотивацией потребителей выступает интерес к посещению определенного спортивного, развлекательного, музыкального или иного события и принятия в нем участия. Уникальные событийные туры сочетают в себе рекреацию, отдых и развлечения одновременно. По оценке Всемирной туристической организации событийный туризм в настоящее время является одним из наиболее перспективных видов туризма в мире [1, с. 63]. Среди других видов туризма событийный туризм поражает своей насыщенностью программы, зрелищностью, яркостью и атмосферой. Еще одной особенностью событийного туризма является неисчерпаемость его ресурсов.