

УДК 005+33(075.8)  
ББК 65.290-2я73  
Ю16

Утверждено на заседании кафедры управления и экономики социально-культурной сферы КемГИК 13.12.2017 г., протокол № 5.

Утверждено на заседании учебно-методического совета факультета социально-культурных технологий КемГИК 14.12.2017 г., протокол № 3.

**Рецензенты:**

*Мухамедиева С. А.*, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой управления и экономики социально-культурной сферы КемГИК;

*Долгих Т. В.*, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой экономической безопасности, учета и аудита Кемеровского института (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»;

*Секретова Л. В.*, канд. пед. наук, доцент, зав. кафедрой социально-культурной деятельности ФГБОУ ВО «Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского».

**Юдина, А. И.**

Ю16      Инновационный менеджмент и маркетинг организаций сферы культуры: оценка качества и прогнозирование социально-культурной деятельности [Текст]: учеб. пособие для обучающихся по направлению подготовки 51.04.03 «Социально-культурная деятельность», квалификация (степень) выпускника «магистр» / А. И. Юдина. – Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2018. – 127 с.

ISBN 978-5-8154-0425-0

*В учебном пособии в систематизированном виде излагается материал, освещающий особенности инновационного менеджмента и маркетинга организаций сферы культуры. Особый акцент сделан на оценку качества и прогнозирование социально-культурной деятельности. Пособие соответствует содержанию образовательной программы по направлению подготовки 51.04.03 «Социально-культурная деятельность» и может быть использовано при изучении дисциплин «Инновационный менеджмент и маркетинг социально-культурных услуг», «Современная культурная политика». При подготовке учебного пособия были использованы нормативно-правовые акты и методические рекомендации Министерства культуры Российской Федерации, регламентирующие проведение мониторинга оценки качества социально-культурной деятельности. Данное издание предназначено для магистрантов, а также руководителей и специалистов учреждений социально-культурной сферы.*

**УДК 005+33(075.8)**  
**ББК 65.290-2я73**

ISBN 978-5-8154-0425-0

© А. И. Юдина, 2018  
© Кемеровский государственный институт культуры, 2018

## ВВЕДЕНИЕ

Современной социально-культурной ситуации в России свойственны процессы активного развития и преобразования аспектов жизнедеятельности людей, связанных с их культурным и духовным развитием. Происходящие изменения в структуре свободного времени связаны с уходом от навязываемых стереотипов и переориентацией на гуманистическое общечеловеческое содержание видов и форм социально-культурной деятельности. Особую значимость приобретают индивидуально-личностные особенности и национальная идентичность личности в социально-культурной деятельности.

Цель социально-культурной деятельности в учреждениях культуры – удовлетворение потребностей человека в саморазвитии, эстетических переживаниях, развлечении, информации, спектр которых изменяется и усложняется. Современные учреждения культуры должны осуществлять систематический поиск вариативных форм и содержания деятельности, адекватных возрастающим потребностям населения.

Приоритетными направлениями современной культурной политики являются: переход к общественно-государственной парадигме развития культуры, высвобождающей возможности для саморазвития культурных процессов в стране; развитие тех секторов культуры, которые обеспечивают функционирование трансграничных культурных потоков, активное освоение Россией глобального социокультурного пространства; развитие индустрии культуры, удовлетворение массовой потребности в продукции, изготовленной на стыке культурной и информационной областей; поддержка новаторства, творческого воображения и изобретательности, плюрализма и самобытности как важнейших характеристик гражданского общества; достижение эффективного управления социокультурной сферой на основе современных технологий и профессионализации кадров [1].

Реализация вышеперечисленных направлений невозможна без качественного управления, которое является основой успеха любой деятельности. В современных социально-культурных условиях управление имеет ряд проблем, обусловленных недостаточно стабильной и прочной ресурсной базой, внешними и внутренними организационными, кадровыми и другими противоречиями.

Модернизация сферы культуры связана с необходимостью введения и применения современных научно доказанных технологий оценки качества социально-культурной деятельности и форм работы в учреждениях культуры. Сегодня необходимо создание системы управления с использованием механизмов, при которых оценка качества будет производиться не

только по показателям осуществляемых действий, но и по конечным результатам их влияния как на человека, так и на социально-культурный и экономический сектор страны.

Гуманизация содержания менеджмента в социально-культурной сфере проявляется практически по всем векторам практики управленческой деятельности. Современные маркетинговые стратегии продвижения и реализации культурных продуктов и услуг исходят из анализа различных факторов, важнейшим из которых является образ жизни потребителей, включая их национально-этнические, возрастные, профессиональные, социально-психологические и прочие социально-культурные факторы, обстоятельства и особенности.

Качество социально-культурной деятельности довольно сложно поддается анализу и оценке в связи особенностями технологии менеджмента в этой сфере. В других отраслях деятельности качество, как правило, связывают только с экономической составляющей, где получение прибыли предприятием говорит об эффективности его функционирования.

Относительно качества деятельности учреждений культуры недостаточно применять только экономические методы, так как, являясь педагогически обусловленным процессом, социально-культурная деятельность призвана решать еще социальные, творческие и духовно обусловленные задачи [7].

Как отмечает Г. Л. Тульчинский, «анализ же эффективности применительно к сфере культуры непосредственно предполагает выработку более широкого подхода, выхода в более широкий контекст и уточнение этого контекста» [26, с. 276].

В сфере культуры эффективность часто характеризуется определенными соотношениями, например, отношением уровня культуры к объёму потребления культурных услуг; использованием ресурсного потенциала соответственно реализуемому объёму деятельности; объемом реализуемых коммерческих услуг с получением прибыли. Осуществляя управление в сфере культуры, необходимо учитывать реализацию социальных, экономических, технологических целей. В этой связи изучение технологии и методов оценки качества социально-культурной деятельности приобретает особую актуальность.

В целях оказания методической помощи органам государственной власти и местного самоуправления по вопросу стандартизации услуг в сфере культуры Министерством культуры Российской Федерации подготовлены нормативно-правовые акты и методические рекомендации, рег-

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|   |     |
|---|-----|
| <b>Введение</b> .....   | 3   |
| <b>Глава 1. Теоретические основы инновационного менеджмента и маркетинга социально-культурных услуг</b> .....   | 7   |
| 1.1. Инновационный менеджмент и маркетинг в сфере культуры: сущность понятий.....   | 7   |
| 1.2. Продукты культуры и культурные потребности.....  | 16  |
| 1.3. Технологии оценки качества социально-культурной деятельности.....  | 25  |
| <b>Глава 2. Индикаторы оценки качества услуг организаций, осуществляющих социально-культурную деятельность</b> .....                                  | 33  |
| 2.1. Показатели эффективности деятельности организаций сферы культуры.....  | 33  |
| 2.2. Модельный стандарт услуги по организации и проведению культурно-массовых мероприятий.....  | 37  |
| 2.3. Модельный стандарт услуги по организации деятельности клубных формирований.....  | 45  |
| <b>Глава 3. Мониторинг качества услуг организаций сферы культуры в области социально-культурной деятельности</b> .....                                | 54  |
| 3.1. Мониторинг удовлетворенности потребителей качеством предоставляемых услуг организаций сферы культуры.....  | 54  |
| 3.2. Основные этапы разработки и проведения социологического опроса по удовлетворенности потребителей качеством услуг организаций сферы культуры..... | 68  |
| 3.3. Социально-культурное прогнозирование качества социально-культурной деятельности в организациях сферы культуры.....                               | 75  |
| <b>Заключение</b> .....   | 90  |
| <b>Список литературы</b> .....  | 92  |
| <b>Словарь терминов</b> .....   | 96  |
| <b>Приложение 1. Примеры вопросов анкет и интервью для посетителей мероприятий культурно-досуговых учреждений</b> .....                               | 99  |
| <b>Приложение 2. Примеры вопросов анкеты и интервью для участников клубных формирований</b> .....   | 104 |
| <b>Приложение 3. Примеры вопросов анкеты и интервью для посетителей библиотек</b> .....   | 105 |
| <b>Приложение 4. Примеры вопросов анкеты и интервью для посетителей музеев</b> .....  | 114 |
| <b>Приложение 5. Примеры вопросов анкет и интервью для посетителей театров</b> .....  | 120 |