

Житова Е.В., студ. гр. 211
БГУ культуры и искусств
Научный руководитель – Рябушкина И.А.,
преподаватель

ОСОБЕННОСТИ ТВОРЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ ДОСУГА

Сегодня сфера свободного времени предлагает человеку небывалое многообразие видов и форм досуговых занятий, предоставляя человеку широкие возможности для самореализации и удовлетворения своих культурных потребностей и интересов. На формирование культурных потребностей человека оказывают влияние различные институты (семья, школа, СМИ и т.д.), не последнюю роль здесь играют коммерческие организации сферы досуга. Главная цель деятельности коммерческих организаций – получение максимальной прибыли. Подчиняясь рыночным законам, действуя в условиях конкуренции и постоянных рисков, коммерческие организации оказываются более мобильными с точки зрения предоставления оригинальных культурных продуктов.

На наш взгляд, данная тематика актуальна сегодня, т.к. в ней выявляется необходимость исследования деятельности коммерческих организаций сферы досуга, с точки зрения реализации ими творческих проектов. В литературе мы находим рассмотрение отдельных аспектов данной темы, но нигде не представлен анализ и единая концепция по данному вопросу. Л.С. Жаркова рассматривает процесс реализации творческого замысла проекта как результат нового направления управленческой деятельности – проектного менеджмента, у Г.Н. Новиковой представлена характеристика творческих проектов, а описание реализации творческих проектов мы находим также у М.П. Переверзева.

Услуги социокультурного и досугового плана возможны лишь при наличии у населения свободного времени, соответствующих запросов и

финансовых возможностей. При наличии определенного уровня платежеспособности и свободного времени человек предпочитает обращаться к услугам специалистов, чтобы добиться нужного рекреационного эффекта — уравновешенного психологического настроения, позитивных эмоций, телесного здоровья [1, с. 110]. С этой целью в обществе действуют специальные институты, участвующие в удовлетворении и развитии культурных потребностей населения. Особое место среди них занимают коммерческие фирмы (организации), действующие в сфере свободного времени и досуга. Коммерческий сектор сферы культуры представлен следующими направлениями деятельности: шоу-бизнес, видео-бизнес, кино, казино, парки развлечений, ночные клубы, бильярдные и боулинг клубы, спортивные клубы, интернет-кафе, культурно-развлекательные центры, игровые центры и т.д.

В деятельности коммерческих организаций основным двигателем развития выступает конкуренция. Выходя на «культурный» рынок, такие организации предлагают те культурные продукты, которые более востребованы потребителями, а также они вынуждены участвовать в конкурентной борьбе с другими организациями (как с коммерческими, так и с государственными). Именно конкуренция побуждает фирмы к постоянному поиску инновационных средств и методов представления своего культурного продукта, поиску новых форм и видов досуговых занятий, применению технических новинок, стремясь тем самым предложить потенциальным покупателям некий оригинальный, неповторимый культурный продукт.

Главная цель творческого проекта заключается в соединении интересов потребителей и производителей, т.е. получении взаимной выгоды. Сегодня ситуация на рынке культурных товаров и услуг такова, что потребители хотят получить высококачественный товар за низкую цену. Коммерческие организации вынуждены быть более требовательными к процессу производства качественного культурного продукта или услуги, т.к. от конечного продукта зависит величина их прибыли.

По мнению Г.Н. Новиковой творческие проекты сегодня выступают и как самостоятельное направление деятельности по сохранению и развитию отдельных отраслей, и как некий творческий замысел, выраженный в конкретной художественной форме [2, с. 67]. Автор американского учебника по менеджменту предлагает следующее определение проекта: «Под проектом понимается последовательность действий, имеющих начало и конец, преследующая определенные цели и использующая соответствующие ресурсы» [3].

Можно выделить ряд факторов, которые способствуют успешной реализации проекта. Во-первых, это четко поставленные цели. Во-вторых, это компетентный руководитель проекта, а также члены проектной группы. В-третьих, достаточное ресурсное обеспечение, включая информационное сопровождение. В-четвертых, обратная связь, при которой все заинтересованные стороны по проекту должны иметь возможность изучать положение дел и вносить соответствующие предложения и коррективы.

В рыночных условиях при разработке проекта остро стоит вопрос проектной стоимости, заработка, получения прибыли. Важным становится использование бизнес-планирования как функции и метода управления. Бизнес-планирование обеспечивает рациональное распределение ресурсов организации для эффективного достижения цели. Бизнес-план необходим для стратегического планирования, для получения инвестиций, а также для рекламы проекта или деятельности организации.

Коммерческие организации в своей деятельности опираются на маркетинговые исследования. Прежде чем браться за реализацию творческого проекта, организации ищут целевую аудиторию, на которую этот проект будет направлен. Предварительный поиск потенциальных потребителей и проектирование будущего культурного продукта, позволяют коммерческим организациям уменьшить риски, связанные с востребованностью на рынке своего продукта, определить его рентабельность.

При получении благоприятного прогноза на реализацию поставленной цели специалист приступает к собственно проектированию модели предстоящей деятельности, выбору средств, способов, конкретных этапов достижения поставленной цели, определяя частные задачи, виды и формы оценки полученных результатов. Разработка творческих проектов невозможна без определения последовательности шагов (этапов) работы над проектом. Можно выделить такие этапы как, творческий, организационный, финансово-экономический, этап непосредственного производства и реализация проекта. Их выполнение позволяет осуществлять контроль за ходом выполнения работ по проекту (оперативно реагировать на возникающие проблемы, решать их), достигать целей организации с наименьшими временными затратами и наибольшим экономическим эффектом.

Необходимо выделить особый штат специалистов (творческий и управленческий состав), ответственных за определенный этап работы над творческим проектом. Это позволяет улучшить качество производимого культурного продукта.

Таким образом, творческий проект можно определить как идею (творческий замысел), реализуемую в процессе целенаправленной деятельности и дающей определенные результаты. Основные условия успешной реализации творческих проектов в сфере досуга заключаются в поиске аудитории, на которую рассчитан продукт (маркетинговые исследования), составлении бизнес-плана, следовании определенным этапам при реализации проекта, а также наличии особого штата специалистов.

Список литературы:

1. Жаркова Л.С., Деятельность учреждений культуры / Л.С. Жаркова. – Москва: МГУКИ, 2003. – 233 с.
2. Новикова Г.Н., Технологии арт-менеджмента: Уч. пособие для вузов культуры и искусства по курсу «Арт-менеджмент» специальности

«Социально-культурная деятельность», квалиф. «Менеджер социально-культурной деятельности» / Г.Н. Новикова. – М.: МГУКИ, 2006. – 173 с.

3. Стэнли Э. Портни. Управление проектами для «чайников» [Электрон. ресурс]. -2008.- Режим доступа: <http://www.evgeny.igumnov.com>- Дата доступа: 24.02.2010 г.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ