

Цілина Діана Олександрівна

студентка III курсу, спеціальності менеджмент соціокультурної діяльності

Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка

Науковий керівник – СОЛДАТЕНКО ОЛЕКСАНДР ІГОРОВИЧ

кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри мистецьких дисциплін

Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка

ЕКОНОМІЧНІ МОДЕЛІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ РИНКУ: ДЖЕРЕЛА ТА МЕХАНІЗМИ ФІНАНСУВАННЯ

Трансформаційні процеси, що охопили сучасне суспільство, неминуче призвели до переосмислення ролі культури в системі загальносвітових ринкових відносин. Сьогодні соціокультурна діяльність перестає сприйматися лише як дотаційна сфера, що потребує постійної опіки з боку держави, і перетворюється на самодостатній сектор креативної економіки. У цьому контексті економічна модель забезпечення культурних інституцій стає критично важливим фундаментом, який визначає не лише їхнє виживання, а й спроможність диктувати мистецькі тренди, зберігати інтелектуальний капітал та бути повноцінним суб'єктом соціальної взаємодії. В умовах ринку успіх соціокультурної організації прямо залежить від її здатності балансувати між творчою місією та економічною раціональністю, де кожне управлінське рішення повинно базуватися на глибокому аналізі фінансових потоків та ринкових запитів.

Гострота дослідження цієї теми зумовлена насамперед тим, що «креативні індустрії України у 2022 році опинилися у кризовому стані через повномасштабне вторгнення РФ, що вплинуло на економічну активність, кадровий потенціал, інфраструктуру та фінансові можливості сектору» [1, с. 2], а це вимагає негайної розробки принципово нових підходів до фінансування культури в умовах глобальної нестабільності та обмеженості бюджетних

асигнувань. Традиційні методи управління, що спиралися на гарантовану державну підтримку, сьогодні виявляються неефективними, оскільки не враховують стрімку зміну споживчих переваг та агресивну конкуренцію з боку комерційних розважальних індустрій. Актуальність також підсилюється процесами децентралізації та необхідністю культурних закладів самостійно формувати свою інвестиційну привабливість. Уміння залучати позабюджетні кошти, працювати з грантодавцями та вибудовувати ефективні стосунки з меценатами стає не просто додатковою перевагою, а життєво необхідною компетенцією сучасного арт-менеджера, від якої залежить майбутнє цілих мистецьких колективів.

Сучасна економіка культури базується на багатоканальному фінансуванні, що дозволяє уникнути залежності від одного джерела. Найбільш адаптивною є змішана модель, яка гармонійно поєднує стабільність державних субсидій, динаміку приватних інвестицій та гнучкість власних заробітків. Такий підхід ґрунтується на глибокому розумінні того, що «культура має значний вплив на всі сфери суспільного життя, оскільки являє собою унікальну складову людської діяльності, що направлена на забезпечення виробництва, розподілу, збереження, поширення та освоєння культурних і духовних цінностей» [2, с. 53]. Саме через таку багатогранність та особливу соціальну місію важливою теоретичною надбудою даної моделі стає інституціоналізація організаційної культури та фірмового стилю. У ринкових умовах бренд закладу культури виступає як капітал: він мінімізує витрати на пошук аудиторії та підвищує цінність продукту для стейкхолдерів. Унікальний корпоративний стиль перетворює установу на авторитетний осередок смислів, що є вирішальним для залучення преміальних сегментів ринку та великих донорів.

Перехід до практичної реалізації багатоканальної моделі потребує від закладу культури розгортання комплексної маркетингової та фандрейзингової стратегії. Оскільки сьогодні «значна частина експорту пов'язана з цифровізацією творчої продукції, що дозволяє креативним компаніям ефективно інтегруватися у світову економіку» [3, с. 151], на практиці це має

виглядати як створення багаторівневої системи отримання доходів. Поряд із традиційним продажем квитків повинна функціонувати система супутнього бізнесу: продаж ексклюзивного мерчендайзингу, здача в оренду технічних потужностей, надання експертних та освітніх послуг. Важливим практичним механізмом є розвиток проєктного менеджменту, що дозволяє залучати цільове грантове фінансування під конкретні суспільно значущі ініціативи. Окрім того, сучасні заклади культури мають активно впроваджувати CRM-системи для роботи з глядачем, що дозволяє не просто «продавати послугу», а формувати спільноту лояльних прихильників, які готові фінансово підтримувати заклади через механізми членства або патронажу.

Аналізуючи практичний досвід, варто звернути увагу на діяльність провідних регіональних інституцій, таких як Чернігівський обласний художній музей імені Григорія Галагана. Для такого закладу ефективна економічна модель базується на інтеграції класичного музейного фонду у сучасний цифровий та інтерактивний простір. Використання новітніх технологій для створення віртуальних екскурсій, оцифрування унікальних колекцій та підготовки мультимедійного контенту дозволяє музею вибудувати гнучку комунікаційну стратегію. Це не лише залучає нові групи відвідувачів, а й робить бренд музею привабливим для приватних меценатів та міжнародних фондів, які прагнуть підтримувати інноваційні проєкти зі збереження спадщини. Таким чином, інвестиції у цифровізацію та розвиток візуальної ідентичності стають не просто витратами, а інструментом генерації нових фінансових надходжень через грантову підтримку та розширення партнерської мережі.

Підсумовуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що забезпечення соціокультурної діяльності в умовах ринку вимагає докорінної зміни парадигми управління: від «виживання» до «стратегічного розвитку». Жодне джерело фінансування само по собі не може гарантувати стабільності, тому ключем до успіху є саме диверсифікація та грамотне поєднання різних економічних механізмів. Тільки такий підхід, що базується на сильному бренді, прозорому

менеджменті та вмінні працювати з різними категоріями донорів, дозволяє культурній установі не лише зберігати свою ідентичність, а й бути впливовим гравцем у соціально-економічному житті громади та країни в цілому.

Подальші перспективи розвитку економічних моделей у сфері культури лежать у площині глибокої цифровізації та використання інноваційних фінансових інструментів. Сьогодні ключовим завданням є «законодавче забезпечення зміни методів управління в галузі культури, зокрема переорієнтація органів державної влади та органів місцевого самоврядування із виконання певних функцій на досягнення поставлених цілей» [4, с. 28], що створює фундамент для технологічного стрибка. Ми прогнозуємо зростання ролі краудфандингових платформ і мікроінвестицій, де глядач стає безпосереднім співучасником творчого процесу. Окрім того, надзвичайно перспективним є використання штучного інтелекту для аналізу великих даних, що дозволить закладам культури проводити надточну сегментацію ринку та створювати персоналізовані цінові пропозиції. Майбутнє за тими інституціями, які зможуть конвертувати свій інтелектуальний та культурний капітал у цифрові активи, створюючи унікальні гібридні форми дозвілля, що поєднують офлайн-емоції з онлайн-доступністю.

Список використаних джерел

1. Коваленко О. В., Іванов М. І. Креативні індустрії та креативна економіка: досвід України в умовах сучасних викликів // Економіка та суспільство. 2024. Вип. 61. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/4095/4027> (дата звернення: 05.04.2026).
2. Пріоритети розвитку фінансової системи України в умовах євроінтеграційних процесів : монографія / Л. Л. Гриценко, І. М. Боярко, Т. А. Васильєва та ін. ; за заг. ред. Л. Л. Гриценко. Суми : Сумський державний університет, 2021. 379 с. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/47b9fb64-cb6c-4264-8814-ba422d049f5b/content> (дата звернення: 05.04.2026).
3. Свищук І. Сучасні тренди розвитку креативних індустрій в Україні // Сталий розвиток економіки. 2025. № 1 (52). С. 150–157. URL:

<https://www.economdevelopment.in.ua/index.php/journal/article/view/1162/1114>

(дата

звернення: 05.04.2026).

4. Концепція законодавчого забезпечення національної культурної політики України : аналітична записка / Дослідницька служба Верховної Ради України. Київ, 2024. 30 с.

URL: <https://research.rada.gov.ua/uploads/documents/32340.pdf> (дата звернення:

05.04.2026).