

Степанова М. Ю.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ УСЛУГ В УЧРЕЖДЕНИЯХ КУЛЬТУРЫ

Развитие предпринимательской деятельности в сфере социально-культурных услуг в Учреждениях культуры становится актуальной в условиях реформ, предлагаемых правительством. Цель реформ - максимально сократить бюджетное финансирование. Одним из путей выхода из этой ситуации может быть увеличение доходов от предпринимательской деятельности. Освоение технологий предпринимательской деятельности в этом случае вопрос самосохранения и дальнейшего выживания Учреждений культуры.

Предпринимательская деятельность не может быть основным видом деятельности Учреждения культуры, которое является некоммерческой организацией. Тем не менее, в последнее время в связи с хроническим недофинансированием получателей бюджетных ассигнований руководители учреждений все чаще вынуждены искать нетрадиционные способы получения денежных средств. Естественно, что большинство таких способов связано с осуществлением различных видов предпринимательской деятельности.

В настоящее время Учреждениям культуры предлагается выбрать одну из трех форм: (№ 83-ФЗ от 8 мая 2010 г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений»)

бюджетного учреждения;

автономного учреждения;

государственной (муниципальной) автономной некоммерческой организации.

Организации, избравшие форму бюджетного учреждения, останутся на гарантированном финансировании, но будут лишены свободы хозяйственной деятельности.

Альтернативой служат автономные учреждения. Они станут свободны в своей хозяйственной деятельности и будут иметь право заниматься как основной, так и дополнительной деятельностью в соответствии с целями, обозначенными в уставе. Не исключается и их бюджетное (государственное областное, муниципальное) финансирование, но только для выполнения заданий

учредителя.

Для государственной (муниципальной) автономной некоммерческой организации предполагается полная свобода хозяйственной деятельности, однако без гарантий бюджетного финансирования, которое в то же время совсем не исключается и возможно в случае получения на конкурсной основе определенного заказа [11].

В соответствии с п. 2 ст. 298 ГК РФ учреждениям культуры на основании учредительных документов предоставляется право заниматься деятельностью, приносящей доходы, которые поступают в самостоятельное распоряжение учреждений. [2]

В законе от 25 декабря 1990 г. «О предприятиях и предпринимательской деятельности» отмечается: «Предпринимательская деятельность (предпринимательство) представляет собой инициативную самостоятельную деятельность граждан и их объединений, направленную на получение прибыли. Предпринимательская деятельность осуществляется гражданами на свой риск и под имущественную ответственность в пределах, определяемых организационно-правовой формой предприятия». [4]

Предпринимательство в культуре – это деятельность собственника или уполномоченных им лиц по организации разработки, производства и реализации услуг и продуктов культурного и информационного назначения в целях достижения социального эффекта и увеличения доходов от разных видов деятельности.

Можно заметить, что это определение предпринимательской деятельности в культуре абсолютно не совпадает с официальным перечнем видов работ, относимых к предпринимательским, приведенным в статье 47 Закона РФ «Основы законодательства Российской Федерации о культуре».

Согласно ему к таковым относятся:

- реализация или сдача в аренду основных фондов и имущества для целей, не связанных с культурной деятельностью;
- торговля покупными товарами, оборудованием;
- оказание посреднических услуг и долевое участие в работе коммерческих структур;
- приобретение акций, облигаций, иных ценных бумаг и получение доходов (дивидендов, процентов) по ним.

Иначе изложено представление о предпринимательской деятельности в 24 статье Федерального закона «О некоммерческих организациях». Такой деятельностью признаются приносящие прибыль производство товаров и услуг, отвечающих целям создания некоммерческой организации, а также приобретение и реализация ценных бумаг, имущественных и неимущественных прав, участие в хозяйственных обществах и участие в товариществах на вере в качестве вкладчика [5].

Конкретный перечень работ, относящихся к предпринимательским, приведенных в этих законах, важен для целей налогообложения. Он связан с необходимостью платить налог на прибыль от этих видов деятельности. В связи с этим, скорее всего, и возник этот термин в законодательстве о культуре.

Такая терминология вносит лишь путаницу в понимание существования культуры в рынке. Что же касается аргументации освобождения некоммерческих организаций от ряда налогов, то вряд ли целесообразно деление их деятельности на основные и иные виды. Об этом свидетельствует практика налоговых органов, часто произвольно относящих некоторые виды деятельности организаций культуры к предпринимательским. У ряда налоговых инспекторов таковой, например, может оказаться даже продажа билетов на спектакли театров.

Необходимо освобождение доходов некоммерческих организаций культуры от всех налогов при безусловном выполнении ими социально-культурных целей.

Предпринимательская деятельность в культуре имеет особенности в зависимости от отраслевой принадлежности (театры, киностудии, издательства, телевидение), от статуса организации (коммерческая или некоммерческая) и, наконец, от развитости рыночных отношений.

В зависимости от структуры доходов развивается тот или иной вид предпринимательства, стимулирующий получение доходов на разных рынках. Так, для организаций, полностью финансируемых учредителями, главной станет работа с ними. Для организаций, получающих доходы в основном на рынке населения – развитие всего арсенала маркетинговых приемов. Однако одновременно могут развиваться и иные виды предпринимательской деятельности. От активизации предпринимательских видов деятельности зависит успешное выполнение организациями культуры социально-культурных функций. Это позволит достойно оплачивать труд работников, что обязательно отразится на качестве деятельности театров, музеев, киностудий и т.п. [10]

Предпринимательская деятельность является одним из основных источников финансирования бюджетных и автономных учреждений. Учреждение культуры, призванное осуществлять функции некоммерческого характера, в соответствии со ст. 50 Гражданского кодекса Российской Федерации может осуществлять предпринимательскую деятельность постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых оно создано, и соответствующую этим целям.

Совершенствование предпринимательской деятельности связано с развитием доходобразующей функции некоммерческих организаций культуры на всех видах рынков. Это принципиальное положение основано на сформированных ранее особенностях рыночных отношений в культуре. Оно позволяет по-новому подойти к определению предпринимательской деятельности некоммерческих организаций.

Социально-культурные услуги Учреждений культуры.

Сегодня практически все учреждения социально-культурной сферы оказывают определенные услуги за плату. Традиционно выделяют следующие группы образовательных, информационных и культурных услуг, которые могут быть предоставлены потребителю за Плату:

платные занятия в студиях, классах, кружках, секциях, коллективах художественной самодеятельности, технического творчества, физической культуры;

лекции и консультации, тематические праздники, представления, вечера отдыха и танцев, дискотеки концерты и спектакли, экскурсии, восстановительные и оздоровительные процедуры, выставки-продажи;

услуги обслуживающего плана: настройка и прокат инструментов, инвентаря, реквизита, снаряжения, оборудования и аппаратуры;

кино-, фото- и видео-обслуживание, пользование аттракционами, игровыми автоматами, тирами, тренажерами, мастерскими;

услуги по информационному обслуживанию: фото- и ксерокопирование, микрофильмирование материалов и документов из библиотечных, музейных и других фондов, услуги Интернета.

Как представляется, в настоящее время величина доходов от платных форм культурной деятельности зависит от следующих факторов:

социально- культурной значимости услуг;

степени их востребованности конкретными потребителями;

ценовой политики, предусматривающей приоритет коммерческих или некоммерческих видов деятельности;

уровня профессионализма менеджеров;

общей экономической ситуации в стране и, как следствие, от уровня платежеспособности населения. Высокий спрос на определенные услуги учреждений культуры позволяет им устанавливать высокие цены и не только компенсировать понесенные при этом затраты, но и получать значимую прибыль. Например, в настоящее время устойчивым спросом пользуются услуги, имеющие для потребителя возможный экономический результат (казино, тотализаторы, игровые автоматы, лотереи) и услуги развлекательного характера (шоу-программы, ночные дискотеки, стриптиз-шоу и пр.).

Любые платные формы социально-культурной деятельности культурно-просветительных учреждений, театров, филармоний, народных коллективов и исполнителей не рассматриваются как предпринимательские, если доход от них полностью расходуется на их развитие и совершенствование.

Для некоммерческих организаций определяющим при формировании цены является социальная политика обеспечения доступности широких слоев населения к культурным благам. В то же время, как показало исследование деятельности учреждений культуры и искусства, инфляционные процессы и рост

текущих издержек побуждают некоммерческие организации культуры повышать цены на услуги, несмотря на снижающийся спрос [9, 67].

Большая часть средств, получаемых от платных услуг, идет на покрытие расходов, связанных с их оказанием. Любые платные услуги вводят определенные ограничения на доступ к ним населения. Именно поэтому платные услуги, с точки зрения перспективы финансирования учреждений культуры, не будут играть в этом процессе главной роли [7, 36].

Расширение сферы платных услуг учреждениями культуры имеет своей целью наиболее полное удовлетворение интересов и увлечений, формирование и развитие творческих, технических, физических, организаторских способностей и дарований, воспитание высоких эстетических и моральных качеств, удовлетворение культурных и бытовых потребностей и запросов, организацию содержательного досуга.

Расширение платных услуг, оказываемых населению, имеет также своей целью укрепление материально-технической базы учреждения культуры, предоставление их руководителям возможности больше проявлять деловую, хозяйственную предприимчивость, находчивость и инициативу, более глубоко изучать интересы и запросы населения, постоянно искать новые формы и методы связей и работы с массами, т. е. быстрее решать вопросы перехода организационно-хозяйственного механизма учреждения культуры на рыночные отношения, улучшать качество работы во всех звеньях культурного и бытового обслуживания населения.

Работники учреждений культуры должны постоянно помнить и учитывать то, что у различных категорий населения имеются свои интересы и увлечения, что посетители будут пользоваться лишь теми услугами, которые соответствуют их вкусам, интересам увлечениям, в которых смогут найти новое, нужное, полезное, содержательное для удовлетворения своих потребностей. Только при соблюдении этих условий учреждения культуры станут местом подлинного общения, удовлетворения постоянно возрастающих культурных интересов и запросов. [8. С 170]

Отсюда можно сделать вывод, что, несмотря на то, что многие организации культуры в той или иной степени имеют возможность заработать средства, реализуя свой творческо-производственный продукт (услугу), нельзя отрицать необходимость удовлетворения потребностей большинства людей в культурных благах по ценам, доступным для всех социальных слоев населения.

Снижение посещаемости должно побуждать учреждения культуры и искусства к поиску дополнительных источников доходов за счет развития предпринимательской деятельности.

Так, в структуре ежегодного денежного оборота на рынке альтернативных услуг в сфере культуры большую часть составляет оборот от видео обслуживания, дискотек, игорного и шоу-бизнеса, эстрады и т.п., в то же время

сокращается посещаемость театров, кинотеатров, концертных залов. Тем не менее строгой привязки каждого объекта культуры к коммерческому или некоммерческому сектору не существует. Многие традиционно бюджетные государственные учреждения культуры и искусства - клубы и Дома культуры, библиотеки, парки, музеи, театры, цирки и другие - в поисках дополнительных средств используют как коммерческие, так и полукоммерческие проекты.

Таким образом, значительный объем культурно-досуговых услуг формируется за счет предпринимательской активности организаций культуры и досуга. Чем более деятельность конкретной организации досуга носит коммерческий характер, тем в меньшей степени ее персонал рассчитывает на финансовую помощь извне, но большей ориентируется на потребительский спрос.

Литература

1. Гражданский кодекс РФ ст.50.
2. Гражданский кодекс РФ п.2 ст.298.
3. № 83-ФЗ от 8 мая 2010 г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений».
4. Закон РСФСР от 25.12.90 №445-1 «О предприятиях и предпринимательской деятельности» http://www.lawrussia.ru/texts/legal_568/doc568a631x486.htm.
5. Федеральный Закон «О некоммерческих организациях» от 12.01.96 г. //Российская газета от 18.01.95 г.
6. Законодательство о культуре: [Сборник/ Сост. Б. Букреев]. - М.: Касаткина, 2001. - 471 с..С.215).
7. Дегтяренко, Г.Б. Финансирование сферы культуры[Текст] / Г. Дегтяренко// Культура: управление, экономика, право. - 2004. - № 1. - с. 36-39).
8. Жаркова, Л.С. Деятельность учреждений культуры [Текст]: учебное пособие/ Л.С. Жаркова -М:МГУКИ, 2000. - 216с.).
9. Морозова, Е.Я., Тихонова, Э.Д. Экономика и организация предприятий социально-культурной сферы [Текст]: учебное пособие/ Е.Я Морозова, Э.Д. Тихонова - Спб: Издательство Михайлова В.А., 2002. - 318с.).
10. <http://www.dvinaland.ru/culture/site/Publications/EoC/EoC2002-1/08.pdf>.
11. <http://www.lexaudit.ru/20081020075904/20081020082559.html>].