

СЕРВИЗАЦИЯ СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ: ДОСТИЖЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ

Н. Г. Пастухова

*Гомельский государственный университет
имени Ф. Скорины, Беларусь*

Научный руководитель Л. А. Минчукова, канд. экон. наук, доцент

Сфера социально-культурной деятельности постепенно приобрела самостоятельность и превратилась в важнейший элемент совокупной социальной деятельности, функционирование которой направлено на формирование и удовлетворение культурных потребностей людей. Социально-культурная деятельность в современном мире приобретает черты социально-культурного производства, распределения, обмена и потребления, т. е. становится предметом изучения экономической науки [1].

Сфера культуры представляет собой динамичный, быстро развивающийся сектор экономики. Этот несомненный факт стал для экономистов и региональных властей многих западных стран основой для выработки социальной политики развития депрессивных территорий. Наличие памятников истории и архитектуры, уникальных природных ландшафтов, исторических и современных этнических достопримечательностей, ритуалов, обрядов, празднеств, художественных ремесел – это важнейшие атрибуты, с помощью которых можно говорить о возможности развития территории региона.

Отрасль культуры в экономическом аспекте следует рассматривать как функционально связанную со всем общественным производством, в особенности с воспроизводством рабочей силы и интеллектуальным развитием работника, необходимым для осуществления профессионального производительного труда, а также как средство развлечения и отдыха.

В настоящее время культура превратилась в сферу экономической деятельности, производящую предметы потребления, товары и услуги. В этой связи можно выделить три группы учреждений культуры в зависимости от степени их включения в рыночную экономику.

Первая группа – объекты культурного наследия и науки. Например, памятники культуры, музейные и архивные фонды, народное творчество, экспериментальные виды искусства, которые не могут быть объектом рыночных отношений в силу их высокой социальной значимости, невозможности воспроизводимости и необходимости сохранения для последующих поколений.

Вторая группа – это организации и учреждения культуры и искусства, входящие в зону ограниченного действия рыночных отношений: организации исполни-

тельного искусства, культурно-массовые учреждения (библиотеки, клубы и т. д.). Услуги этих учреждений обеспечивают гарантированные государством стандарты (нормы) культурного потребления, и поэтому предоставляются населению бесплатно или на льготной основе. Однако эти организации имеют возможность получения дополнительных доходов за счет предпринимательской деятельности.

Третья группа – учреждения, которые входят в сферу коммерческой эксплуатации. Их доходы полностью формируются за счет коммерческой деятельности. К ним относятся предприятия аудиовизуальной сферы, шоу-бизнеса, печатные и экранные средства массовой информации и пр.

Границы между этими группами организаций культуры и искусства подвижны и могут смещаться в результате проводимой культурной политики государства и его экономического потенциала, исторических и национальных культурных традиций, потребительских предпочтений населения, уровня жизни и платежеспособного спроса.

Процесс внедрения рыночных отношений в сферу культуры и искусства может быть рассмотрен путем анализа двух основных элементов производственных отношений: отношений собственности, с одной стороны, а с другой – способов и источников получения доходов.

Существует достаточно большое многообразие экономических механизмов деятельности в сфере культуры. Составные части сферы культуры чрезвычайно неоднородны с точки зрения используемых механизмов хозяйствования.

Архивы, библиотеки, организации, занимающиеся охраной памятников, обычно являются государственными учреждениями, и их работа почти полностью обеспечивается за счет финансирования государства или благотворительных организаций.

Музеи и клубные организации являются в основном государственными некоммерческими организациями, но есть и частные. В музейной и клубной деятельности более заметную роль играют поступления от входных билетов, реализации различных услуг и сувенирной продукции. Но главным остается финансирование со стороны учредителей.

Деятельность театров, филармонических и фольклорных коллективов обеспечивается сочетанием общественного финансирования, частных пожертвований, доходов от продажи билетов и др. Обычно эти организации являются некоммерческими, но существуют и коммерческие театры, получающие доходы лишь от реализации своей основной продукции (продажи билетов и прав на воспроизведение созданных спектаклей, музыки в аудиовизуальной продукции) и сопутствующих товаров и услуг (доходы от буфетов, продажи сувениров). Таковыми, в частности, являются театры на Бродвее в Нью-Йорке.

Цирковое дело, народные промыслы, кинематограф, книгоиздание представлены по большей части коммерческими организациями, получающими основные доходы от реализации соответствующих товаров и услуг потребителям или рекламодателям. Но обычно государство и частные благотворители поддерживают в различных формах создание и прокат отдельных фильмов, публикацию отдельных книг, строительство и эксплуатацию цирковых зданий и т. д.

Реставрацией памятников занимаются организации разных форм, с которыми на контрактной основе взаимодействуют государственные органы и частные владельцы или арендаторы соответствующих памятников.

Литературное творчество, изобразительное искусство, сфера развлечений (за исключением клубной деятельности) функционируют полностью на рыночной основе. Производителями услуг здесь выступают частные лица и коммерческие организации. Участие же государства ограничивается закупкой отдельных произведений и предоставлением налоговых льгот для деятелей искусства.

Рыночные отношения привели к появлению разнообразных форм собственности в сфере культуры. Так, современная структура собственности в сфере культуры включает:

- организации государственной и ведомственной собственности, к которым относятся библиотеки, клубные учреждения, музеи, цирки, объекты культурного наследия;

- организации и виды культурной деятельности, отражающие идеологию определенных групп, объединений граждан, ассоциаций, управляющих их собственностью;

- коммерческие предприятия культуры, которые выступают в форме частной и смешанной собственности. К ним относятся центры досуга, галереи, издательская деятельность, книгопечатание, аудиовизуальная сфера и др. [2].

В связи с этим можно определить основные достижения в сервисации сферы культуры:

- услуги культуры осуществляют непосредственный вклад в развитие экономики конкретного региона;

- сфера культуры и искусства, реализуя культурные потребности, выступает базой и инфраструктурой развития ряда отраслей, таких, как образование, издательская деятельность, туризм, индустрия развлечений;

- услуги учреждений культуры выполняют функцию инструмента, с помощью которого осуществляется доставка в социум культурных ценностей и смыслов, способствующих творчеству и инновациям;

- услуги культуры способствуют формированию и продвижению привлекательного имиджа региона, местности, в том числе в глазах потенциальных инвесторов.

Среди существующих проблем сервисации сферы культуры можно выделить такие:

- низкий уровень финансирования сферы культуры в части некоторых видов деятельности ввиду ограниченного характера действия рыночных регуляторов в этой сфере (например, архивы, библиотеки, организации, занимающиеся охраной памятников);

- обеспечение доступности услуг культуры для населения;

- невозможность оценить качество культурного продукта или услуги до его покупки и потребления, поскольку это связано с различием эстетических, культурных потребностей каждой отдельной личности.

Таким образом, имея представление о достижениях и проблемах сервисации сферы культуры, специфических ее особенностях, можно сделать вывод о том, что возможность осуществления творческой и хозяйственной деятельности на рыночных принципах для большинства организаций сферы культуры и искусства является весьма ограниченной и проблематичной, а также необходима опека государства в части некоторых видов деятельности. Тем не менее, учреждения культуры, оказывающие свои услуги, имеют возможность получения дополнительных доходов, что говорит о развитии предпринимательской деятельности в сфере культуры.

Подводя итог, важно отметить, что развитие отраслей социальных услуг, а именно – услуг сферы культуры, служит важнейшим фактором социального и экономического прогресса, а также вносит свой вклад в развитие социально ориентированной рыночной экономики.

Л и т е р а т у р а

1. Ноздренко, Е. А. Сфера культуры как специфический объект маркетинговой деятельности / Е. А. Ноздренко // Успехи соврем. естествознания. – 2004. – № 6. – М.

2. Kultura-socio.ru – Лекции по экономике социально-культурной сферы / Отрасль культуры. – Режим доступа: <http://kultura-socio.ru/lektsii-po-ekonomike-sotsialno-kulturnoj-sfery/141-otrasl-kultury.html>. – Дата доступа: 01.04.2015.