

*Не продается вдохновенье,  
Но можно рукопись продать.*

*А. С. Пушкин*

## **ВВЕДЕНИЕ**

В условиях перехода на новые формы бюджетных учреждений в России требуются существенные изменения системы управления учреждениями культуры, которые финансируются из бюджетов различных уровней. Многие учреждения культуры, находясь на полном государственном обеспечении, занимаются исключительно некоммерческой деятельностью. Сейчас же для них открывается все больше возможностей привлечения финансирования из различных источников, развития платных услуг в рамках некоммерческой деятельности. В структуре финансирования отдельных учреждений культуры уже прослеживаются тенденции роста благотворительных и спонсорских средств при одновременном сокращении доли государственных субсидий в их бюджете. Произшедшие изменения требуют от учреждений культуры использования новых специальных инструментов менеджмента, которые получили активное распространение за рубежом.

Большую актуальность для России представляет опыт США, где сфера культуры в течение многих десятилетий успешно функционирует на принципах самофинансирования при минимальном участии государства. Возросший интерес к американскому опыту обусловлен новыми

способами получения доходов организациями культуры, использованием ими новых ресурсов, применением новых организационных структур управления и систем оценки их деятельности.

Автором предпринята попытка дать современный и комплексный анализ теоретических и практических вопросов организации деятельности отечественных учреждений культуры в новых экономических условиях. В основу монографии легли исследования автором деятельности российских и американских музеев, театров и концертных организаций.

# ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИЙ КУЛЬТУРЫ

## 1.1. ПОНЯТИЕ И ХАРАКТЕРИСТИКА СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ

В условиях экономических преобразований в России большое значение приобретает развитие сферы культуры, решающей необходимые для любого общества и государства просветительские и научно-исследовательские задачи, занимающейся сохранением национального наследия, повышением интеллектуального и творческого потенциалов общества и др. Сфера культуры охватывает различные организации и объединения, а также частных лиц, оказывающих культурно-просветительские, образовательные, реставрационные услуги, занимающихся организацией досуга населения. В сфере культуры четко выделяются две составляющие: коммерческая и некоммерческая.

Коммерческая составляющая объединяет юридические и физические лица, функционирующие на условиях самоокупаемости. К ним относятся организации шоу-бизнеса, кинотеатры, видеосалоны, выставочные комплексы, художественные и реставрационные мастерские, а также экскурсоводы, реставраторы, оценщики, эксперты, антрепренеры (см. табл. 1).

Некоммерческая составляющая сферы культуры включает организации и отдельных граждан, не способных финансировать свою деятельность за счет получаемых доходов. Это музеи,

театры, библиотеки, филармонии, а также искусствоведы, большинство писателей, художников и композиторов.

Таблица 1

Составляющие сферы культуры

<i>Некоммерческая составляющая сферы культуры</i>	<i>Коммерческая составляющая сферы культуры</i>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Музеи, театры, библиотеки, филармонии, дома культуры, центры детского творчества</li><li>• Искусствоведы, многие писатели, художники, композиторы</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Шоу-бизнес, книжный бизнес, бизнес аудио- и видеопродукции</li><li>• Концертные и выставочные залы, художественные галереи, кинотеатры, видеосалоны, художественные и реставрационные мастерские</li><li>• Экскурсоводы, реставраторы, оценщики, эксперты, антрепренеры</li></ul>

Составляющие сферы культуры, несмотря на их различия, объединяет специфика предоставляемых ими услуг и товаров.

Услуги сферы культуры крайне разнообразны. Их можно классифицировать, по мнению отдельных авторов (Е. Н. Вороновой<sup>1</sup>, М. К. Кошкиной<sup>2</sup> и др.), на две группы — основные и дополнительные. *Основные услуги*, по их мнению, служат достижению уставных целей деятельности организации культуры, т. е. направлены на реализацию ее миссии. К примеру, для Эрмитажа основными услугами являются выставочная деятельность (представление и интерпретация коллекций), а также образовательная работа (экскурсии, лекции, детские и юношеские студии, семинары, конференции и т. д.).

*Дополнительные услуги*, напротив, реализуют второстепенные цели организации культуры, не вступающие в противоречие с основными задачами. Второстепенные цели могут быть направлены на удовлетворение потребностей клиентов в информационном обеспечении, питании, сувенирной продукции и т. д. В этом случае дополнительные услуги предстают в качестве услуг буфетов, ресторанов,

<sup>1</sup> Воронова Е. Н. Экономика культуры: Учебное пособие. — Рязань.: Изд-во Узорочье, 1997.

<sup>2</sup> Кошкина М. К созданию условий для развития негосударственных некоммерческих организаций сферы культуры. // Российский экономический журнал. — 1999. — № 11–12.

магазинов для посетителей, а также в форме различных событий (приемов, встреч, концертов, спектаклей). Например, в Эрмитаже к дополнительным услугам можно отнести услуги кафе, книжных киосков, фотомастерских, обменного валютного пункта, почты и т. д.

Некоторые исследователи (Е. Я. Морозова<sup>1</sup>, Л. И. Рудич<sup>2</sup> и др.) считают необходимым строить классификацию услуг сферы культуры исходя из деления их на прямые и посреднические. К *прямым* услугам авторы относят услуги актеров, музыкантов и других исполнителей, имеющие непосредственную культурную значимость и известность среди потребителей. В качестве *посреднических* услуг рассматриваются услуги экскурсоводов, лекторов, библиотекарей, которые не имеют собственной культурной значимости и служат лишь средством передачи прямых услуг потребителю.

Деление услуг сферы культуры на прямые и посреднические, несомненно, заслуживает внимания. Однако приведенная классификация не учитывает такую важную особенность услуг сферы культуры, как характеристики подлинности. В данном случае продукт сферы культуры можно классифицировать на первичный и вторичный.

*Первичный продукт* представляет собой материальные и нематериальные блага, которые предлагаются потребителю в подлинном виде (картина, скульптура, спектакль и др.).

*Вторичный продукт* — это копии первичных благ, а также результат преобразования нематериального продукта в материальный (видео- и аудиокассеты, репродукции, слайды и др.). Целями производства вторичного продукта являются не только популяризация первичных благ, но и продвижение организации или частного лица на рынке культурных услуг, а также привлечение дополнительных финансовых средств.

---

<sup>1</sup> Морозова Е. Я., Тихонова Э. Д. Экономика и организация предприятий социально-культурной сферы: Учебное пособие. — СПб.: Изд-во Михайлова, 2002.

<sup>2</sup> Рудич Л. И. Менеджмент социально-культурной сферы. Основы технологии: Уч. пособие. — Кемерово, 1996.

Разнообразие продукции сферы культуры находится в прямой зависимости от задач, решаемых сферой культуры в обществе и претерпевших существенные изменения за несколько последних десятилетий.

Если в 1960–1970-е гг. задачи сферы культуры сводились преимущественно к удовлетворению духовных потребностей и развитию творческих способностей населения, то в настоящее время к задачам сферы культуры добавились стратегические задачи, такие как обеспечение роста социально-экономических показателей отдельных регионов и страны в целом.

Смена взглядов на роль сферы культуры в экономике проходила в ходе целого ряда исследований, проводимых в различных странах. В 1980-е гг. экономика сферы культуры стала предметом тщательного анализа в связи с попытками сокращения государственного финансирования этой сферы. Снижение бюджетных субсидий на нужды культуры и искусства было вызвано общим экономическим спадом, охватившим многие европейские страны в 1980-е гг. В результате большинство организаций культуры оказалось в крайне сложном финансовом положении.

Первое европейское исследование, проведенное в 1984 г. в Цюрихе по заказу местных органов власти, было посвящено «экономическому значению цюрихских учреждений культуры». Местные органы власти интересовало, какой экономический эффект получает государство от финансирования организаций культуры и насколько целесообразно продолжать дальнейшее их финансирование.

На основе исследования финансовых потоков различных организаций культуры Цюриха (бюджетные субсидии организациям культуры, налоговые платежи организаций культуры, доходы государственных предприятий от реализации сопутствующих услуг) было установлено, что 26,2 % государственных субсидий, направляемых в сферу культуры, прямо или косвенно возвращаются государству<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> К. Диттрих ван Веринг. Экономическое значение культуры и искусства // Менеджмент. Наука. Образование. Культура: Сб. науч. тр. — СПб.: СПбГУКИ, 2003. — С. 99.

Кроме того, исследование показало, что организации культуры и их персонал выступают значительной группой покупателей на рынке товаров и услуг и расходуют денежные средства, в 1,5–2 раза превышающие объемы выделяемых им государственных субсидий. Это оказывает «сильное оживляющее воздействие на экономику»<sup>1</sup>.

Таким образом, в ходе исследования было доказано, что организации культуры играют существенную экономическую роль, вызывая в ходе своей деятельности обратные потоки финансовых средств в государственный бюджет и стимулируя развитие других сфер экономики.

За цюрихским исследованием последовали другие исследования социально-экономической роли сферы культуры в различных странах.<sup>2</sup>

Так, в 1985 г. Амстердамский университет по заказу муниципальных органов власти, агентства по туризму и торгово-промышленной палаты провел исследование на предмет «экономического значения профессиональных искусств в Амстердаме»<sup>3</sup>. Под профессиональными искусствами понимались как коммерческие (художественные галереи, аукционные дома, кинотеатры, видеосалоны, художественно-производственные мастерские, концертные залы), так и некоммерческие организации и объединения (театры, музеи, оркестры, художественные вузы) и отдельные граждане (художники, артисты, писатели).

Цель исследования заключалась в оценке экономического эффекта от функционирования сферы культуры и искусства.

Проведенное исследование показало, что сфера культуры и искусства Амстердама создает рабочие места для 12 тыс. чел., что составляет 1,6 % жителей города. Среди 48 ведущих отраслей экономики Амстердама сфера культуры

---

<sup>1</sup> Там же. — С. 100.

<sup>2</sup> Там же. — С. 100; *Throsby D. Culture, Economics and Sustainability // Journal of Cultural Economics. 1995. — Vol. 19. — N 3. — P. 199–206.*

<sup>3</sup> *К. Диттрих ван Веринг. Экономическое значение культуры и искусства // Менеджмент. Наука. Образование. Культура: Сб. науч. тр. — СПб.: СПбГУКИ, 2003. — С. 100.*

занимает восьмое место по количеству созданных рабочих мест, опережая рекламный и газетно-издательский бизнес.

Однако в отличие от других отраслей сфера культуры требует регулярной финансовой поддержки со стороны государства. Это в свою очередь приводит не только к увеличению занятости в экономике, но и росту потребительских расходов и инвестиционной привлекательности города<sup>1</sup>.

В 1990-е гг. экономический эффект от функционирования сферы культуры стал непосредственно использоваться для создания инвестиционной привлекательности кризисных регионов, создания рабочих мест, решения социальных проблем в регионе. В 1990-е гг. многие области и города Германии и Великобритании в связи с истощением природных ресурсов и закрытием промышленных комплексов оказались в тяжелом экономическом положении. Для создания новых рабочих мест, развития инфраструктуры, привлечения финансирования, расширения туризма стали создаваться музеи, театры, выставочные комплексы, организовываться фестивали и конкурсы. В качестве примеров можно привести Эдинбург и Рурскую область в Германии.

В России сфера культуры также играет существенную роль в социально-экономическом развитии страны, на что указывают исследования российских ученых<sup>2</sup>. Вклад сферы культуры в ВВП достиг в 2009 г. 0,5%. Отечественная сфера культуры активно участвует в создании рабочих мест. По данным Росстата, среднегодовая численность занятых в сфере культуры и искусства составляет 1,9% от общей занятости в экономике<sup>3</sup>.

Сфера культуры в России и за рубежом в целом характеризуется существенными изменениями в работе за период с 1985 по 2008 г. Исследование спроса на услуги сферы культуры в России за период с 1985 по 2008 гг. на основе статистического показателя посещаемости учреждений

---

<sup>1</sup> Аналогичное исследование, проведенное в 1996 г., показало, что экономический эффект от функционирования сферы культуры и искусства по сравнению с 1985 г., значительно увеличился.

<sup>2</sup> *Тулчинский Г. Л., Герасимов С. В., Лохина Т. Е.* Менеджмент специальных событий в сфере культуры. — СПб.: Планета Музыки, Лань, 2010. — С. 128.

<sup>3</sup> Там же. — С. 129.

культуры (театров, музеев, библиотек) (табл. 2, рис. 1) показало, что посещение населением театров за период 1985–2008 гг. уменьшилось с 72,9 млн чел. до 31,0 млн чел., т. е. в 2,4 раза. При этом наблюдается интересная динамика: за период 1985–1996 гг. сокращение посещаемости произошло в 2,5 раза, а за период 1996–2008 гг. уровень посещаемости практически не изменился. Сходная динамика имеет место с посещаемостью библиотек. Посещаемость населением библиотек упала с 115,6 млн чел. в 1985 г. до 62,0 млн чел. в 2008 г., т. е. в 1,9 раза. При этом наибольшее сокращение посещаемости (в 1,8 раза) произошло с 1985 по 1994 г.

Таблица 2

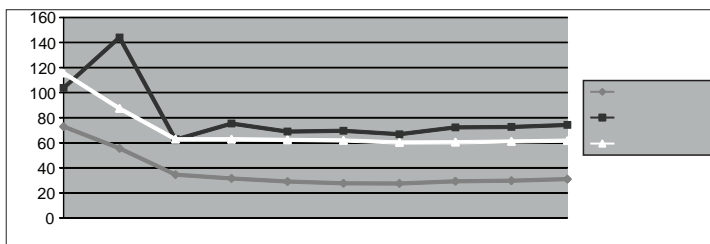
**Спрос на услуги сферы культуры в России**

Организации культуры	Потребление услуг организаций культуры, млн чел.									
	1985	1990	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2008
Театры	72,9	55,6	34,6	31,6	29,1	27,7	27,6	29,3	29,8	31,0
Музеи	103,8	144	62,5	75,4	69	69,6	66,8	72,3	72,7	78,8
Библиотеки	115,6	87,4	62,9	62,8	62,3	61,9	60,2	60,5	61,1	62,0

Источник: Госкомстат России. Российский статистический ежегодник. 1987–2009 гг.

Наблюдается также и общее снижение объема спроса на услуги музеев. За исследуемый период посещаемость музеев упала с 103,8 млн чел. до 78,8 млн чел., т. е. в 1,32 раза. Вместе с тем, изменение объема спроса на услуги музеев в разные периоды различно. С 1985 по 1990 г. наблюдалось увеличение объема спроса в 1,4 раза, обусловленное возросшей активностью населения на рынке потребительских услуг в начале переходного периода. С 1990 по 1994 г. имело место резкое снижение объема спроса на услуги музеев в 2,3 раза, связанное с ухудшением уровня жизни населения в стране. С 1994 по 2008 г. объем спроса на услуги музеев колеблется в незначительных пределах. Общее сокращение спроса на услуги музеев, театров и библиотек в среднем оценивается в 1,9 раза.

Однако с 1998 г. наметилась тенденция увеличения спроса на услуги музеев, театров, библиотек, что связано



Источник: Госкомстат России. Российский статистический ежегодник. 1987–2009 гг.

**Рис. 1**

*Динамика спроса на услуги организаций культуры в России*

с некоторым улучшением благосостояния населения. Так, в 2001 г. посещаемость театров возросла по сравнению с 1998 г. на 2,4 млн чел., посещаемость музеев — на 7,5 млн чел., посещаемость библиотек — на 1,5 млн чел. С 2001 г. рост посещаемости музеев продолжился и достиг в 2010 г. показателя в 81 млн чел<sup>1</sup>.

В то же время в ведущих мировых странах с середины 1980-х гг. наблюдается устойчивый рост объема спроса на услуги сферы культуры. Это, в частности, проявляется в увеличении потребительских расходов на культуру. К 2008 г., по данным ООН, в западных странах удельный вес расходов на услуги музеев, театров, библиотек в общих расходах домашних хозяйств увеличился в 2,5 раза по сравнению с 1985 г. и достиг в США — 10,3 %; Великобритании — 10,1 %; Германии — 9,8 %; в Швеции и Норвегии — 9,7 %; Италии — 9,3 % и Франции — 8,2 %<sup>2</sup>. Кроме того, рост объема спроса на услуги сферы культуры в ведущих мировых странах выражается в быстром увеличении размеров посещаемости музеев, театров, библиотек. Так, посещаемость американских музеев с 1985 г. по 2008 г. увеличилась в 2,1 раза<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Росстат, 2012. — С. 69.

<sup>2</sup> Рассчитано по: National Accounts Statistics. Main Aggregates and Detailed Tables. — UN, N.Y. — Part 1, II, 2008.

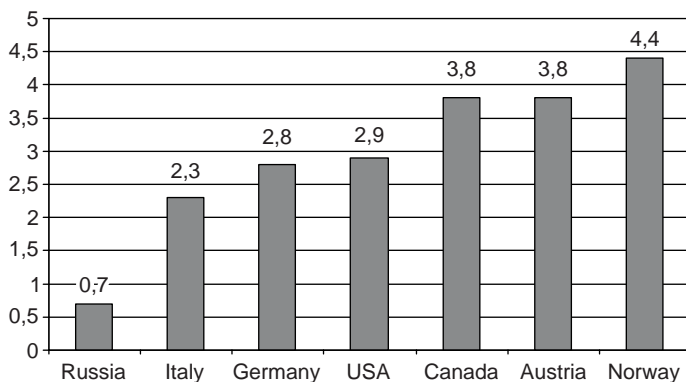
<sup>3</sup> Statistical Abstract of the United States. — N.Y., 1985. — PP. 235, 2009. — P. 252.

Таблица 3

## Уровень посещаемости музеев и театров за рубежом и в России

Страны	Музеи, посещение (на 1 чел. в год)	Театры, посещение (на 1 чел. в год)	Общий показатель активности
Россия	0,5	0,2	0,7
США	1,3	1,6	2,9
Норвегия	1,9	2,5	4,4
Австрия	1,8	2,0	3,8
Канада	1,7	2,1	3,8
Германия	1,2	1,6	2,8
Италия	0,9	1,4	2,3

Анализ уровня спроса на услуги музеев и театров за рубежом и в России показал, что уровень посещаемости музеев в России ниже среднемирового уровня в 2–3 раза, а показатель посещаемости театров — в 7–12 раз (табл. 3 и рис. 2). В результате суммарный уровень спроса на услуги музеев и театров по России, оцениваемый с помощью общего показателя активности посещений (музеи плюс театры), в 3–5 раз ниже уровня спроса зарубежных стран.



Источник: «Россия и страны мира. Статистический сборник», — М., 2002, с. 92–93. Museum Strategy and Marketing / Ed. by N. Kotler and P. Kotler. — San Francisco, 2002. — PP. 56, 79.

Рис. 2

Уровень посещаемости музеев и театров за рубежом и в России

Характерной особенностью ведущих мировых стран являются относительно равномерные показатели посещаемости музеев и театров, с небольшим превышением посещаемости театров. Однако на Россию данная тенденция не распространяется. Наоборот, уровень посещаемости театров более чем в два раза уступает уровню посещаемости музеев.

Результаты проведенного исследования показали также изменение структуры спроса на услуги сферы культуры за рубежом и в России.

За рубежом среди услуг организаций культуры самый высокий прирост объема спроса наблюдается на услуги театров и музеев, что находит отражение в расходах населения и показателях посещаемости организаций культуры. Так, в США за 1985–2008 гг. затраты населения на приобретение услуг театров и музеев увеличились в 3,2 раза<sup>1</sup>. В России предпочтения населения к проведению культурного досуга возросли в отношении услуг музеев. Если в 1985 г. посещаемость музеев превышала посещаемость театров всего в 1,4 раза, то в 2008 г. — в 2,5 раза (рис. 3). Данные изменения связаны с реализацией новых требований и желаний населения, а также с переориентацией политики учреждений культуры. За последнее десятилетие в мировом сообществе произошло переосмысление роли музеев, их влияния на развитие различных отраслей экономики и страны в целом. Если в 1980-е гг. задачи музеев ограничивались сохранением и изучением памятников культуры и искусства, то с 1990-х гг. музеи превратились в культурно-образовательные, досуговые и информационные центры общественной жизни.

Анализ количества организаций культуры в России с 1985 по 2008 г. показал, что на всем протяжении исследуемого периода прослеживается постоянная тенденция к росту числа музеев и театров (табл. 4, рис. 3). Количество театров за 1985–2008 гг. возросло в 1,6 раза, и в 2008 г. на территории России действовал 556 театр по сравнению с 338 в 1985 г. Значительно возросло и число музеев (в 2,5 раза),

---

<sup>1</sup> Statistical Abstract of the United States. — N.Y., 1985. — Pp. 233; 2009. — P. 261.

достигшее в 2008 г. 2458 ед. по сравнению с 964 в 1985 г. По данным Росстата, на 1 января 2012 г. в России действует 2578 музеев, из них 13% составляют художественные музеи, 51% — краеведческие<sup>1</sup>. Противоположная ситуация имеет место с динамикой числа библиотек. Их количество сократилось за рассматриваемый период в 1,2 раза и составило в 2008 г. 51,2 тыс. по сравнению с 62,7 тыс. в 1985 г.

*Таблица 4*

**Количество организаций культуры в России**

Организации культуры	Количество организаций культуры, ед.									
	1985	1990	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2008
Театры	340	382	460	470	489	506	523	539	541	556
Музеи	964	1315	1547	1725	1814	1871	1942	1979	1998	2458
Библиотеки (сотни)	627	626	548	544	535	529	522	514	508	512

Источник: Госкомстат России. Российский статистический ежегодник. 1987–2009 гг.

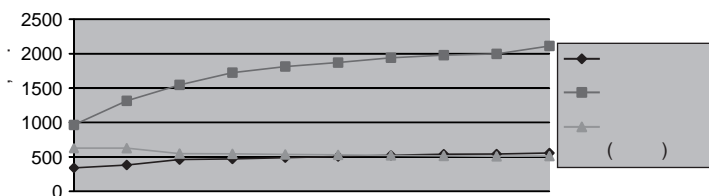
Однако анализ объемов услуг, предлагаемых организациями культуры, дает совершенно другие результаты. Так, несмотря на постоянный рост числа театров и музеев с 1985 г. по 2008 г. общее количество спектаклей сократилось с 146 тыс. в 1988 г. до 122 тыс. в 2008 г., т. е. в 1,2 раза; число ежегодных выставок в музеях уменьшилось с 25,7 тыс. в 1988 г. до 24,1 тыс. в 2008 г., т. е. в 1,1 раза<sup>2</sup>. Это свидетельствует о том, что в целом объем предложения услуг театров и музеев снизился. Сокращение числа библиотек сопровождалось также снижением количества поступающей литературы с 781 млн ед. в 1988 г. до 524 млн ед. в 2001 г., т. е. в 1,5 раза<sup>3</sup>.

На основе приведенных данных можно говорить об общей тенденции сокращения объема предложения услуг организаций культуры на российском рынке в среднем в 1,2 раза.

<sup>1</sup> Росстат, 2012. — С. 68.

<sup>2</sup> Госкомстат России. Российский статистический ежегодник. 1990–2008 гг.

<sup>3</sup> Там же.



Источник: Госкомстат России. Российский статистический ежегодник. 1987–2009 гг.

**Рис. 3**  
*Динамика числа организаций культуры в России*

Однако в ведущих мировых странах объем предложения услуг организаций культуры резко возрос за период 1985–2008 гг. Это отразилось прежде всего на увеличении числа организаций культуры и исполнительских коллективов. По данным ООН, в западных странах общее количество музеев, театров, библиотек в 2008 г. возросло в 2,4 раза по сравнению с 1985 г.<sup>1</sup> К примеру, в США к 2001 г. количество оперных компаний и симфонических оркестров, по сравнению с 1985 г., увеличилось более чем в два раза, оперных трупп — более чем в шесть раз, театров современного балета — более чем в три раза<sup>2</sup>. Кроме того, рост объема предложения услуг организаций культуры привел к увеличению уровня занятости в сфере культуры. В 1985–2007 гг. рост занятости в данной сфере значительно превышал средний показатель по всему хозяйству в США — на 34 %, во Франции — на 25 %, Швеции — на 19 %, Канаде — на 4 %<sup>3</sup>. По словам социолога университета штата Мэриленд Д. Б. Робинсона, «количество художников, писателей и артистов балета увеличилось за последние десять лет на 80 % — что в три раза быстрее темпов роста занятых в других областях»<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Рассчитано по: National Accounts Statistics. Main Aggregates and Detailed Tables. — Part 1, II. — N. Y., 2008.

<sup>2</sup> Statistical Abstract of the United States. — N. Y., 1985. — PP. 234; 2008. — P. 246.

<sup>3</sup> National Accounts 1980–2008. Detailed Tables, OECD. — Paris, 2009. — vol. II. — PP. 30, 59, 243, 496; Monthly Labour Review. — 2009. — PP. 56, 57.

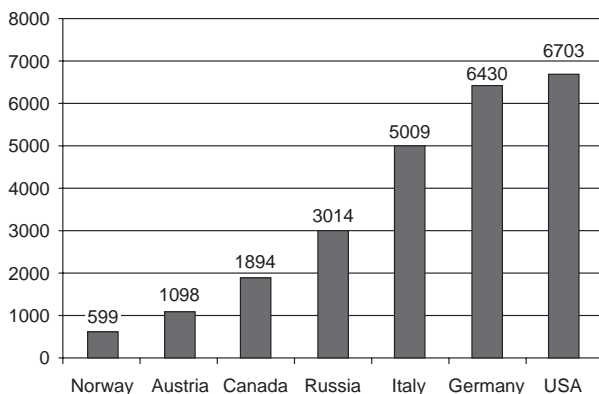
<sup>4</sup> Ten New Directions for the 1990's / Ed. by J. Naisbitt & P. Aburdene. — N. Y.: William Morrow and Co, 2001. — P. 88.

Результаты исследования количества музеев и театров в России и ряде западных стран показали, что Россия занимает промежуточное положение среди зарубежных стран по объему предложения услуг музеев и театров, имея на своей территории 2458 музеев и 556 театров (табл. 5 и рис. 4). Лидерами выступают такие страны, как Германия, США и Италия.

*Таблица 5*

**Количество музеев и театров за рубежом и в России**

<i>Страны</i>	<i>Музеи (ед.)</i>	<i>Театры (ед.)</i>	<i>Общее количество музеев и театров (ед.)</i>
Россия	2458	556	3014
США	4576	2127	6703
Норвегия	475	124	599
Австрия	712	386	1098
Канада	1352	542	1894
Германия	4682	1748	6430
Италия	3442	1567	5009



Источник: «Россия и страны мира. Статистический сборник», 2002. — С. 92–93; 2009. — С. 102. Museum Strategy and Marketing / Ed. by N. Kotler and P. Kotler. — San Francisco, 2002. — PP. 57, 78.

**Рис. 4**  
*Количество музеев и театров за рубежом и в России*

Однако, сравнивая относительные показатели, например, количество музеев, театров на одного человека, на единицу территории, Россия выделяется самым низким уровнем предложения услуг музеев и театров.

В целом анализ статистических данных показывает, что в России в постперестроечный период направления развития рынка культурных услуг не соответствуют мировым тенденциям. В России за период 1985–2008 гг. отмечалось значительное сокращение объемов спроса и предложения услуг организаций культуры. В то же время за рубежом наблюдалось увеличение объемов спроса и предложения услуг сферы культуры.

## 1.2. ВИДЫ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ

Значительную часть организаций в сфере культуры составляют учреждения культуры. Большинство музеев, театров, библиотек функционирует в форме государственных учреждений. Особенность учреждения состоит в том, что оно не является собственником своего имущества и владеет им на праве оперативного управления. Собственником имущества выступает учредитель (государство, профсоюзы и т. д.), который контролирует сохранность переданного учреждению имущества. Учреждение не имеет права совершать какие-либо операции с данным имуществом без согласования с собственником. Учредитель в свою очередь обязан в полном или частичном объеме финансировать деятельность учреждения (государственные учреждения финансируются из соответствующих бюджетов). Кроме того, учредитель несет субсидиарную ответственность по долгам учреждения (в случае неуплаты долгов кредиторы имеют право выставить счета учредителю учреждения). Выбор учреждения как организационно-правовой формы в сфере культуры целесообразен при передаче некоммерческой организации имущества, имеющего социально-культурную ценность, требующего постоянного контроля за его сохранностью и регулярного финансирования для содержания его в определенных условиях.

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

[e-Univers.ru](http://e-Univers.ru)