

Посвящается моим родителям

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Шерешева Марина Юрьевна, доктор экономических наук, профессор кафедры прикладной институциональной экономики, зав. лабораторией институционального анализа экономического факультета Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова

Воронцова Маргарита Гурьевна, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и менеджмента Санкт-Петербургского государственного института культуры

Привалов Николай Геннадьевич, доктор экономических наук, профессор кафедры экономической теории Санкт-Петербургского государственного архитектурно-строительного университета

Ведущая организация: Российский Экономический Университет имени Г.В. Плеханова

*Не продается вдохновенье,
Но можно рукопись продать.
А. С. Пушкин. "Разговор
книгопродавца с поэтом".*

ВВЕДЕНИЕ

Проблемы фандрайзинга в сфере культуры привлекают пристальное внимание российских исследователей с 1990-х гг. Первоначальные попытки применения фандрайзинга в сфере культуры России были обусловлены в основном кризисным состоянием многих государственных организаций культуры в связи с сокращением их бюджетного финансирования. В этой ситуации фандрайзинг применялся исключительно для роста доходов организаций культуры. Однако в настоящее время в условиях активного развития отечественной сферы культуры, появления в стране разнообразных организационно-правовых форм организаций культуры, фандрайзинг стал применяться в этой сфере для решения новых задач.

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 технологиями привлечения финансирования в организации культуры, использованием ими новых ресурсов для их устойчивого развития.

Автором предпринята попытка дать современный и комплексный анализ теоретических и практических вопросов организации фандрайзинга в сфере культуры.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФАНДРАЙЗИНГА В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

1.1. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ФАНДРАЙЗИНГА

Фандрайзинг — от английского fund raising — привлечение и аккумуляция средств из различных источников на реализацию проектов и программ. По мнению Т. В. Артемьевой и Г. Л. Тульчинского, фандрайзинг является одной из комплексных технологий современного менеджмента, управленческой деятельности в условиях рыночной экономики, однако его следует отличать от поиска и привлечения инвестиций¹. В обоих случаях авторы проектов предпринимают серьезные усилия по привлечению интереса к их идеям и программам в расчете на помощь и поддержку государственных органов, бизнеса и других учреждений, организаций и физических лиц, которые готовы вложить свои личные средства и ресурсы в реализацию этих проектов и программ. Для сравнения, у инвестора цель — извлечение максимальной прибыли, которую он получит после вложения своих средств в предложенные им проекты и программы.

Фандрайзинг чаще всего связан с поиском средств на некоммерческие проекты, которые не могут быть реализованы на условиях самофинансирования. Если анализировать поддержку социально значимых и некоммерческих проектов и программ, то здесь спонсоры извлекают не прибыль,

¹ Артемьева Т. В., Тульчинский Г. Л. Фандрайзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования. СПб.: Изд. «Лань», Изд. «ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2010, с. 5—6.

а выгоду с точки зрения развития проекта в политической, экономической или социально-культурной сфере.

Использование термина «фандрайзинг» в отечественной науке и практике началось с переходом России на рыночные экономические отношения. Термин «фандрайзинг» был заимствован из США, где он используется уже многие десятилетия как технология привлечения финансирования в так называемый третий сектор². Третий сектор США развивается с конца XIX — начала XX вв. и объединяет некоммерческие негосударственные организации, для которых основной целью является не получение прибыли, а решение различных социальных задач, игнорируемых частным и государственным секторами.

В. Э. Гордин и А. И. Дымникова полагают, что «фандрейзинг» (от англ. fund — средства, финансирование; raise — нахождение, сбор) представляет собой «привлечение ресурсов в организации культуры сверх финансовых обязательств учредителя и доходов от уставной деятельности»³.

Использование авторами разных вариаций данного термина, таких как «фандрайзинг» или «фандрейзинг», по сути, подразумевает комплекс технологий привлечения ресурсов для реализации некоммерческих проектов и программ. Однако в английском языке эти два термина будут иметь разное значение. Фандрейзинг (fund raising) — термин, который дословно переводится как собирание, добывание денежных средств, тогда как фандрайзинг (fund rising) означает не привлечение, а рост фондов, который может быть связан не только с привлечением финансирования, но и с другими причинами: например, ростом доходов от коммерческой или некоммерческой деятельности.

В русском языке «фандрайзинг» и «фандрейзинг» используются как синонимы.

А. В. Карпунина утверждает, что фандрайзинг — это деятельность некоммерческих организаций, в том числе и государственных учреждений, по привлечению различных видов

² Hopkins K. and Friedman C. *Successful Fundraising for Arts and Cultural Organizations*. 2nd ed. Phoenix, Arizona: Oryx Press, 1997, p. 14.

³ Гордин В. Э., Дымникова А. И. Новое в теории и практике фандрейзинга // Менеджмент и культура. — СПб.: СПбГАК. 1998, с. 44.

ресурсов для достижения социально значимых целей⁴. Таким образом, фандрайзинг предполагает существование или появление общности интересов большого количества субъектов общественной жизнедеятельности, в том числе государственных органов, компаний, общественных объединений, социальных групп, отдельных граждан.

Фактически фандрайзинг является социальной технологией возникновения, формирования и развития многопланового многофункционального общественного партнерства. В качестве доказательства этого утверждения можно привести тот факт, что в США для фандрайзинга часто используется аббревиатура FR, которую можно расшифровать не только как fund raising (сбор средств), но и как friend raising (от англ. — привлечение друзей)⁵. Фандрайзинг как деятельность подразумевает привлечение не только финансовых средств, но и других ресурсов, таких как бесплатный труд заинтересованных людей, предоставление помещения, оборудования, транспортных средств в безвозмездное пользование, материальные пожертвования, коммуникационная поддержка. Таким образом, фандрайзингом называется деятельность по привлечению и аккумуляции различных ресурсов, необходимых для реализации проектов и программ некоммерческого характера.

1.2. ПОНЯТИЕ И ХАРАКТЕРИСТИКА СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ

В условиях перехода к рыночным отношениям в России большое значение приобретает развитие сферы культуры, решающей необходимые для любого общества и государства просветительские и научно-исследовательские

⁴ Карпунина А. В. Содержание и условия фандрайзинговой деятельности учреждений социального обслуживания населения. Диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Омск, 2017, с. 57.

⁵ Кольбер Ф. и др. Маркетинг культуры и искусства. / Пер. с англ. Под ред. М. Наймарк. - СПб: Изд. Васин А. И., 2004, р. 66.

задачи, занимающейся сохранением национального наследия, повышением интеллектуального и творческого потенциалов общества. Сфера культуры объединяет различные организации, 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 юридических и физических лиц, функционирующих 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. рис. 1.1.1.).

Некоммерческая составляющая сферы культуры	Коммерческая составляющая сферы культуры
<p>Музеи, театры, библиотеки, филармонии, дома культуры, центры детского творчества</p> <p>Искусствоведы, многие писатели, художники, композиторы</p>	<p>Шоу-бизнес, книжный бизнес, бизнес аудио- и видеопродукции</p> <p>Концертные и выставочные залы, художественные галереи, кинотеатры, видеосалоны, художественные и реставрационные мастерские</p> <p>Экскурсоводы, реставраторы, оценщики, эксперты, антрепренеры</p>

Источник: составлено автором

Рис. 1.1.1. Составляющие сферы культуры

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.

Составляющие сферы культуры, несмотря на их различия,

объединяет специфика предоставляемых ими услуг и товаров.

Деятельность большинства организаций культуры связана с оказанием услуг. Так, основной деятельностью театра является подготовка и показ спектаклей, музея — организация выставок, экскурсий по залам музея.

Услуги, в отличие от товаров, обладают рядом отличительных особенностей, таких как:

- неосвязаемость;
- несохраняемость;
- непостоянство качества;
- неотделимость от источника.

Неосязаемый характер услуги организаций культуры отличается тем, что в процессе просмотра спектакля, выставки, концерта не происходит создание некоего материального продукта. Результатом услуги может являться удовлетворенность зрителя, интересно проведенное время, хорошее настроение, получение новой информации. Отсутствие осязаемых характеристик услуги увеличивает степень неопределенности для потребителя, поэтому потребитель ориентируется на некие показатели качества услуг: например, состояние помещения, внешний вид персонала и его поведение, цены на билет.

Несохраняемость. Услугу нельзя сохранить с целью последующей реализации, так как ее производство и потребление не разграничены по времени. Так, спектакль на сцене театра производится и потребляется одновременно, его нельзя «заготовить впрок», как другие рыночные товары.

Непостоянство качества. Качество услуг организаций культуры может зависеть от многих факторов — игры и настроения актеров, подготовленности зрителя, оснащения помещений (выставочных залов, сцены).

Неотделимость от источника. Услуга неотделима от своего источника. Контакт зрителя с театром, музеем, концертной организацией является неотъемлемой частью предоставления услуги. Зритель получает доступ к услуге в конкретном месте и в определенное время, без его присутствия предоставление услуги невозможно. Услуги сферы культуры крайне разнообразны. Их можно классифицировать, по

мнению отдельных авторов (Е. Н. Вороновой⁶, М. К. Кошкиной⁷ 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, 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. Морозова⁸, Л. И. Рудич⁹ 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

⁶ Воронова Е. Н. Экономика культуры: Учебное пособие. — Рязань.: Изд-во Узорочье, 1997.

⁷ Кошкина М. К созданию условий для развития негосударственных некоммерческих организаций сферы культуры. // Российский экономический журнал. — 1999. — № 11—12.

⁸ Морозова Е. Я., Тихонова Э. Д. Экономика и организация предприятий социально-культурной сферы: Учебное пособие. — СПб.: Изд-во Михайлова, 2002.

⁹ Рудич Л. И. Менеджмент социально-культурной сферы. Основы технологии: Уч. пособие. — Кемерово, 1996.

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.

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 году в Цюрихе по заказу местных органов власти, было посвящено «экономическому значению цюрихских организаций 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 государству¹⁰.

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»¹¹.

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 странах¹².

Так, в 1985 году Амстердамский университет по заказу муниципальных органов власти, агентства по туризму и торгово-промышленной палаты провел исследование на предмет «экономического значения профессиональных искусств в Амстердаме»¹³. 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,

¹⁰ К. Диттрих ван Веринг. Экономическое значение культуры и искусства // Менеджмент. Наука. Образование. Культура: Сб. науч. тр. — СПб.: СПбГУКИ, 2003, с. 99.

¹¹ Там же, с. 100.

¹² Там же, с. 100; Throsby D. Culture, Economics and Sustainability // Journal of Cultural Economics. 1995. Vol. 19. N 3. P. 199—206.

¹³ К. Диттрих ван Веринг. Экономическое значение культуры и искусства // Менеджмент. Наука. Образование. Культура: Сб. науч. тр. — СПб.: СПбГУКИ, 2003, с. 100.

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 тысяч человек, что составляет 1,6% жителей города. Среди 48 ведущих отраслей экономики Амстердама сфера культуры 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 регионов¹⁴.

В 1990-е гг. экономический эффект от функционирования сферы культуры стал непосредственно использоваться для создания инвестиционной привлекательности кризисных регионов и 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 ученых¹⁵. По данным Росстата, вклад сферы культуры в ВВП составил в 2016 году 0,5%¹⁶.

¹⁴ Аналогичное исследование, проведенное в 1996 г., показало, что экономический эффект от функционирования сферы культуры и искусства, по сравнению с 1985 г., значительно увеличился.

¹⁵ Романова В. В., Мацкевич А. В. Бюджетные расходы в сфере культуры и кинематографии: анализ состояния и динамики. Вып. 2. / Под ред. Рудника Б. Л. М.: Изд. Дом Высшей Школы Экономики, 2014.

¹⁶ Данные федеральной службы государственной статистики. <http://www.gks.ru/> [дата обращения 20.01.2019]

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 неплаты 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.

Вопросы сочетания разных форм собственности в рамках организации культуры приобрели в настоящее время особую актуальность в связи с принятием Федерального закона «Об автономных учреждениях». Согласно ст. 2 закона, автономным учреждением признается некоммерческая организация, созданная Российской Федерацией, субъектом Российской Федерации или муниципальным образованием для выполнения работ, оказания услуг в целях осуществления предусмотренных законодательством Российской Федерации полномочий органов государственной власти, полномочий органов местного самоуправления в сферах науки, образования, здравоохранения, культуры, социальной защиты, занятости населения, физической культуры и спорта, а также в иных сферах.

Деятельность автономного учреждения основывается на сочетании различных форм собственности в рамках одной организации.

С одной стороны, автономное учреждение наделяется имуществом, закрепленным за ним на праве оперативного управления в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации. Собственником имущества автономного учреждения является соответственно Российская Федерация, субъект Российской Федерации, муниципальное образование. Автономное учреждение без согласия учредителя не вправе распоряжаться недвижимым имуществом и особо ценным движимым имуществом (имуществом, без которого осуществление автономным учреждением своей уставной деятельности будет существенно затруднено), закрепленными за ним учредителем или приобретенными автономным учреждением за счет средств, выделенных ему учредителем на приобретение этого имущества. К такому имуществу, например, относятся объекты культурного наследия (памятники истории и культуры) народов Российской Федерации, культурные ценности, природные ресурсы (за исключением земельных участков). С другой стороны, автономное учреждение вправе приобретать движимое и недвижимое имущество за счет внебюджетных средств и распоряжаться им самостоятельно без согласия учредителя. Иными словами, если автономное учреждение культуры приобрело помещение на собственные средства, то оно вправе продать это помещение, сдать в аренду, использовать в качестве залога. Однако совершение крупных сделок с имуществом автономного учреждения требует предварительного согласия наблюдательного совета учреждения, органа, осуществляющего внешний контроль за деятельностью учреждения.

Для того чтобы автономное учреждение имело возможность управлять собственным имуществом, закон предоставил права учреждению открывать расчетные и иные счета в кредитных организациях, включая валютные счета. В отличие от бюджетных и казенных учреждений, автономные учреждения не обязаны осуществлять все операции с безналичными денежными средствами через лицевые счета, открытые в федеральном казначействе, что будет способствовать значительному повышению мобильности финансовых потоков и тем самым позволит более оперативно решать неотложные финансовые вопросы (см. таблицу 1.2.1.).

Кроме того, в отличие от бюджетных и казенных, автономные учреждения вправе получать кредиты и займы у кредитных организаций и иных частных лиц, что является немаловажной предпосылкой к развитию взаимовыгодного сотрудничества с коммерческими структурами и частными лицами. Вместе с тем автономное учреждение, с согласия своего учредителя, вправе вносить денежные средства и иное имущество в уставный (складочный) капитал других юридических лиц. Это позволит учреждению выступать в качестве учредителя коммерческих и некоммерческих организаций. Сочетание разных форм собственности в рамках автономного учреждения определяет различные источники финансирования деятельности. Взамен существующего для бюджетных организаций бюджетно-сметного порядка финансирования для автономных учреждений установлен особый порядок: учредитель дает автономному учреждению задание на оказание социально-значимых услуг (выставочную деятельность, прокат спектаклей, новые театральные постановки и др.), которое обязательно для выполнения. Выполнение такого задания финансируется за счет бюджета в форме субсидий. Первым шагом в этом направлении стало принятие Правительством Российской Федерации Постановления от 18 марта 2008 года №182 «Об условиях и порядке формирования задания учредителя в отношении автономного учреждения, созданного на базе имущества, находящегося в федеральной собственности, и порядке финансового обеспечения выполнения задания».

Согласно Бюджетному кодексу РФ, «государственное (муниципальное) задание — это документ, устанавливающий требования к составу, качеству, объему (содержанию), условиям, порядку и результатам оказываемых государственных (муниципальных) услуг (выполнения работ)»¹⁷.

Государственное (муниципальное) задание должно содержать:

- показатели, характеризующие состав, качество и (или) объем оказываемых услуг (выполнения работ);
- порядок контроля за исполнением задания, в том числе условия и порядок его досрочного прекращения;
- требования к отчетности об исполнении задания.

¹⁷ БК РФ ст. 6

Задание на оказание услуг также должно содержать:

— определение категорий физических и (или) юридических лиц, являющихся потребителями соответствующих услуг;

— порядок оказания соответствующих услуг;

— предельные цены (тарифы) на оплату соответствующих услуг в случаях, если законодательством РФ предусмотрено их оказание на платной основе либо порядок установления указанных цен (тарифов) (см. приложение 13)¹⁸.

Собственные доходы автономного учреждения остаются в его самостоятельном распоряжении, используются им для достижения целей, ради которых оно создано, и не относятся к доходам бюджета. Заработанные автономным учреждением денежные средства и приобретенное за счет них имущество (здания, оборудование и др.) не могут быть переданы другим государственным (муниципальным) организациям.

Однако наряду с большей финансовой самостоятельностью автономное учреждение наделяется большей ответственностью по своим обязательствам. Автономное учреждение отвечает по своим обязательствам закрепленным за ним имуществом, за исключением недвижимого имущества и особо ценного движимого имущества, закрепленных за ним учредителем или приобретенных автономным учреждением за счет средств, выделенных ему учредителем на приобретение этого имущества. Таким образом, учредитель автономного учреждения не несет ответственность по его обязательствам.

Кроме того, автономное учреждение должно обеспечить открытость и доступность информации о своей деятельности, финансовых результатах, а также создать контрольно-надзорный орган — наблюдательный совет из представителей исполнительных органов государственной власти, органов местного самоуправления, учредителя и трудового коллектива автономного учреждения. Наблюдательный совет утверждает проекты отчетов о деятельности автономного учреждения и об использовании его имущества, об исполнении плана его финансово-хозяйственной деятельности, годовую бухгалтерскую отчетность, предложения руководителя автономного учреждения о совершении крупных сделок, решает

¹⁸ См. БК РФ ст. 69.2

вопросы проведения аудита годовой бухгалтерской отчетности и утверждения аудиторской организации. Эти решения наблюдательного совета обязательны для автономного учреждения. Наблюдательный совет принимает и другие решения, уже рекомендательного характера, которые являются авторитетным мнением независимого органа и по смыслу закона должны учитываться при принятии окончательного решения.

Таким образом, создание нового типа автономного учреждения ставит своей задачей сочетание различных форм собственности в рамках одной организации и, как следствие, привлечение различных источников финансирования.

Несомненно, что многие бюджетные организации культуры с опаской и недоверием относятся к новому закону, боясь потерять гарантированное бюджетно-сметное финансирование в обмен на минимальное государственное финансирование под выполнение задания учредителя.

Однако Правительство РФ предусмотрело финансовую поддержку автономных учреждений на начальном этапе деятельности. Согласно Постановлению Правительства РФ от 18 марта 2008 года №182, федеральному автономному учреждению, созданному путем изменения типа существующего федерального государственного учреждения, предоставляется в течение трех лет с даты создания автономного учреждения субсидия за счет средств федерального бюджета с целью выравнивания финансового обеспечения выполнения задания, сформированного учредителем в отношении этого федерального автономного учреждения.

Конец ознакомительного фрагмента.
Приобрести книгу можно
в интернет-магазине
«Электронный универс»
e-Univers.ru