

ПЛАТНЫЕ УСЛУГИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ОБЪЕМ РЫНКА, ДИНАМИКА И ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ СПРОСА

PAID SERVICES IN THE SPHERE OF CULTURE IN THE RUSSIAN FEDERATION: MARKET VOLUME, DYNAMICS AND MAIN FACTORS OF DEMAND

УДК [338.46 : 008](470)



ЕВМЕНОВ Александр Дмитриевич

ректор Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, заслуженный деятель науки Российской Федерации, доктор экономических наук, профессор, rektorat@gukit.ru

EVMENOV, Alexander Dmitrievich

Rector of the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Honored Scientist of the Russian Federation, Doctor of Economics, Professor, rektorat@gukit.ru



БЛАГОВА Ирина Юрьевна

доцент кафедры управления экономическими и социальными процессами в кино- и телеиндустрии Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат экономических наук, blagovairina@yandex.ru

BLAGOVA, IRINA YURIEVNA

Associate Professor at the Department of Management in Economic and Social Processes in the Film and TV Industry of the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, blagovairina@yandex.ru

Аннотация.

В статье исследованы стратегические цели развития сферы культуры в Российской Федерации. Проведен анализ статистических данных и социологических исследований, отражающих долю культурных услуг в расходах групп населения с различной структурой доходов, дана оценка места культурных услуг в структуре потребления. В контексте взаимосвязи стратегических целей проведен анализ рынка платных услуг населению, оказываемых организациями и учреждениями сферы культуры, а также анализ объема платных культурных услуг населению, оказанных в различных регионах. Выявлены и систематизированы факторы, влияющие на потребительский спрос в сфере культуры.

Ключевые слова: платные услуги, организации и учреждения сферы культуры, уровень жизни населения, спрос.

Abstract.

The article is devoted to the strategic goals of cultural development in the Russian Federation. It analyses statistical data and sociological studies reflecting the share of cultural services in the expenditures of groups of people with different income structures, and it estimates the place of cultural services in the consumption structure. In the context of strategic goals interrelation, the market analysis of paid services to the population provided by cultural organizations and institutions is conducted. The analysis of paid cultural services volume to the population rendered in various regions is carried out. Factors influencing consumer demand in the sphere of culture have been identified and systematized.

Key words: paid services, cultural organizations and institutions, living standards of the population, demand.

Основополагающие документы государственного стратегического планирования определяют главную цель государственной культурной политики Российской Федерации как формирование гармонично развитой личности и укрепление единства российского общества посредством приоритетного культурного и гуманитарного развития. Разработчики «Основ государственной культурной политики» отмечают, что в недавнем прошлом планомерные инвестиции в качественное обновление личности в России были явно недостаточными, что создало в стране угрозу гуманитарного кризиса. В этой связи приоритетами новой государственной культурной политики являются создание условий для реализации каждым человеком его творческого потенциала и обеспечение доступа граждан к знаниям, информации, культурным ценностям и благам [1].

Проект Федерального закона «О культуре» в качестве главных задач законодательства Российской Федерации в сфере культуры определяет обеспечение и защиту конституционных прав человека на свободную творческую

деятельность, на участие в культурной жизни, доступ к культурным ценностям и пользование учреждениями культуры. Согласно статье 16 Проекта каждый имеет право на предпринимательскую деятельность в сфере культуры, в том числе право создавать организации, занимающиеся производством, сохранением, тиражированием и распространением культурных благ в порядке, определяемом законодательством Российской Федерации [2]. При этом в числе важнейших принципов отмечается обеспечение баланса между свободным рынком культурных благ и различными формами стимулирования художественного творчества и культурной деятельности, поддержки этнических, социально-демографических и иных культурных сообществ. Указанные перспективы подчеркивают актуальность научных исследований, связанных с оценкой типа потребления, профиля потребностей граждан в области культуры, доступа к культурным благам в регионах.

Данные об уровне развития сферы культуры в России в 2013–2016 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1

Основные показатели развития сферы культуры за 2013–2016 гг.

Показатель	2013 г.	2016 г.	Соотношение показателей 2013 и 2016 гг.
Число учреждений культурно-досугового типа, всего, тыс.	45,0	39,8	0,82
Число учреждений культурно-досугового типа в сельской местности, тыс.	39,7	36,9	0,93
Число общедоступных библиотек, всего, тыс.	43,2	38,2	0,88
Число общедоступных библиотек в сельской местности, тыс.	33,2	30,6	0,92
Число профессиональных театров	618	661	1,07
Численность зрителей в профессиональных театрах, млн человек	32,9	37,2	1,14
Число посещений театров (на одного жителя в год)	0,23	0,26	1,13
Число музеев	2 631	2 731	1,04
Число посещений музеев, млн раз	85,9	102,7	1,20
Число посещений музеев (на одного жителя в год)	0,6	0,7	1,17
Число киноустановок с платным показом, всего, тыс.	4,4	3,7	0,84
Число киноустановок с платным показом в сельской местности, тыс.	3,1	2,2	0,71
Число посещений киносеансов (на одного жителя в год)	0,5	0,4	0,80
Число посещений киносеансов (на одного сельского жителя в год)	0,1	0,1	1,0

Примечание: составлено авторами по [3].

По мнению авторов, фиксируемое Росстатом сокращение количества библиотек и учреждений культурно-досугового типа связано с тремя факторами: сокращением численности населения в сельской местности, оптимизацией системы расселения в регионах, снижением общего количества мелких населенных пунктов и поселков городского типа. Оказала влияние на сокращение числа учреждений сферы культуры и реформа бюджетного сектора, связанная с введением в действие Федерального закона от 08.05.2010 г.

№ 89-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений».

Представляется, что дальнейшее сокращение численности учреждений сферы культуры в регионах, в особенности культурно-досуговых учреждений, способно негативно сказаться на возможностях реализации творческих потребностей граждан Российской Федерации в культурном образовании и про-

свещении детей, привести к сокращению числа возможных форм рационального проведения досуга. Важно отметить, что вследствие сокращения числа культурно-досуговых учреждений в сельской местности оказалась практически свернутой такая важная составляющая сферы культуры, как система регионального кинопроката, несмотря на то, что в 1990-е гг. показатели кинопроката в сельской местности опережали городские. Помимо этого, сохраняется проблема материально-технического обеспечения: подавляющее большинство киноустановок в культурно-досуговых учреждениях оборудованы только для проката фильмов на пленке.

Анализ показателей развития сферы культуры за 1990–2015 гг. позволяет сделать вывод о том, что устойчивую динамику развития в долгосрочной перспективе демонстрирует развитие сферы театров и музеев. За 25 лет сеть учреждений культуры в стране претерпела значительные количественные и качественные изменения. В частности, в 1,7 выросло количество профессиональных театров, ровно в два раза увеличилось количество музеев. По мнению авторов, это свидетельствует о росте потенциала данного вида культурных учреждений, развитии различных видов и направлений театрального искусства. В качестве негативной тенденции отметим медленный темп роста посещаемости, который за период с

2013 по 2016 г. составил 14%. Социологические исследования показывают, что до 80% россиян вообще не посещают театрально-зрелищные представления в течение года, а примерно 70% не посещают музеев [4].

Второй важнейшей проблемой является поэтапное, начиная с 1980-х гг., сокращение количества учреждений культуры, особенно в сельской местности (таблица 2). Число клубов по всей России за анализируемый период сократилось с 73, 2 до 40,3 тыс. ед., число общедоступных библиотек уменьшилось с 62,6 до 39 тыс. ед.

Доля услуг в общей структуре потребления является основным показателем, позволяющим судить о приближении российского общества к современному европейскому стандарту самовыражения. Платные услуги в структуре экономики являются важной частью потребительских расходов. В Российской Федерации доля услуг в структуре расходов домохозяйств традиционно ниже, чем в развитых странах, в основном из-за высокой доли продовольствия в составе потребления домохозяйств. Эти различия в структуре личного потребления, а также отличающиеся от развитых стран тенденции в динамике цен и объемов платных услуг отражают значительное социальное неравенство в Российской Федерации и затрудняют переход к более совершенной потребительской модели. По оценкам специалистов Научно-исследова-

Таблица 2
Основные показатели сферы культуры в 1990–2015 гг.

Показатель	1990 г.	2015 г.	Соотношение показателей 2015 и 1990 гг.
Число профессиональных театров	382	665	1,7
Число музеев	1315	2758	2
Число организаций культурно-досугового типа, тыс.	73,2	40,3	0,5
Число общедоступных библиотек, тыс.	62,6	39	0,6

Примечание: составлено авторами по [3].

тельского института Высшая школа экономики (НИУ ВШЭ), спад реальных доходов населения, начавшийся в период экономического кризиса 2008–2010 г., продолжал сдерживать потребительскую активность вплоть до октября 2016 г.

В исследовании, проведенном НИУ ВШЭ в 2014 г., отмечается, что российские потребители вышли за рамки потребительского стандарта выживания. В структуре потребления это означает смещение в сторону услуг транспорта, связи, культуры и развлечений. Как отмечается специалистами, расходы населения на организацию отдыха и культурные мероприятия в наиболее экономически развитых регионах страны оказались сопоставимыми с показателями передовых стран:

в Москве в 2015 г. они составляли 9,1% совокупного дохода домохозяйства [5]. Отметим, что Российская Федерация относится к странам с высоким уровнем неравенства, что означает, что за средними характеристиками потребления скрывается значительная его дифференциация. Одновременно с этим спрос на культурные блага отличается повышенной волатильностью и чувствительностью к падению общего уровня жизни.

На рисунке 1 представлен сравнительный анализ структуры потребительских расходов домохозяйств по 10%-м группам населения в 2012–2016 гг.

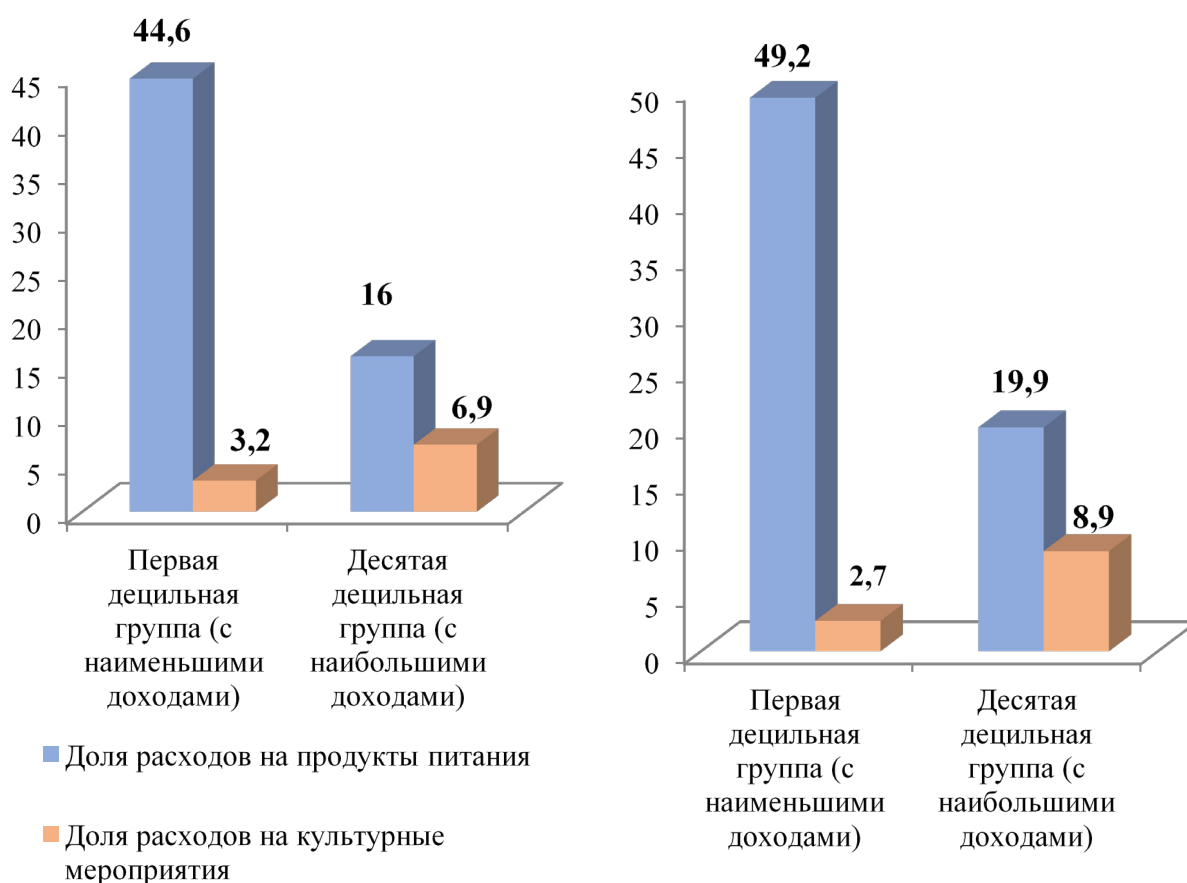


Рисунок 1

Доля расходов домохозяйств на продукты питания и на организацию культурных мероприятий по первой и десятой децильным группам населения в 2012 и 2016 гг., % от общего объема расходов

Примечание: составлено авторами по [3].

Как следует из данных, представленных на рисунке 1, за истекшие четыре года семейные расходы на организацию культурных мероприятий у наименее бедных и наиболее богатых групп населения изменились. Если в 2012 г. наиболее бедные россияне тратили на культурные мероприятия 3,2% семейного бюджета, то в 2016 г. расходы на культуру этой группы населения сократились на 0,5%, составив 2,7%. Наиболее богатые россияне в 2012 г. тратили на культуру ровно в два раза больше бедных. При этом затраты на культурные мероприятия наиболее обеспеченных граждан за анализируемый период увеличились на 2%.

Согласно исследованиям Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), богатые и бедные слои населения в целом пользуются схожим набором платных услуг (ЖКХ, транспорт и связь, образование и медицина), но в различных пропорциях, при разном соотношении с доходами и различным качестве потребляемых услуг. Большинство авторов сходятся в оценках того, что при восстановлении экономического роста в России в будущем структура расходов населения станет постепенно приближаться к ситуации в среднеразвитых европейских странах: доля услуг будет расти, а продовольствия – снижаться [4]. Подчеркнем, что в работах экономистов расходам на культурные мероприятия уделялось недостаточно внимания. Сфера культуры рассматривалась как сегмент бесплатных услуг: библиотечного обслуживания, организаций культурно-досугового типа, клубов и т. п. Тенденции мировой практики заключаются в том, что бесплатные услуги в сфере культуры остаются на уровне условно-гарантированного уровня для малообеспеченных слоев населения. Потребление услуг в сфере культуры у более обеспеченных слоев населения предполагается платным, при этом выбор этих услуг продиктован модой или престижностью.

Важно, что даже в текущих условиях рецессии на фоне падения спроса на товары длительного пользования и сокращения платежеспособного спроса в целом растут расходы населения на услуги в сферах образования, медицины и рекреации. Очевидно, что население России (во всяком случае, его состоятельные

слои) не готово экономить на этих ключевых сферах развития человеческого капитала. Но в период кризиса обостряются проблемы доступа к качественным платным услугам относительно бедных (и просто бедных) слоев населения.

Расходы населения на культуру отражаются в официальной статистике в разделе платных услуг. Платные услуги в сфере культуры с достаточной степенью условности можно объединить в три группы: зрелищные мероприятия, услуги познавательного-информационного характера и услуги по развитию и реализации творческого потенциала личности. Анализ данных, представленных в таблице 3, показывает, что в общей структуре потребляемых населением платных услуг культурные услуги занимают незначительное место. В 2015 г. на них приходилось всего 1,7% от общего объема оказанных платных услуг. За период 2010–2015 гг. объем платных услуг на душу населения увеличился в абсолютном отношении на 20383,5 руб., что в относительном измерении означает рост на 59%. Объем платных услуг в сфере культуры на душу населения, рассчитанный в рублях, демонстрирует рост на 65 %, с 573,5 до 949 руб. При этом анализ структуры оказанных услуг по видам показывает, что доля культурных услуг в общем объеме оказанных населению услуг невысока и не демонстрирует тенденции к росту, составляя в среднем за период с 2010 по 2015 г. 1,6%. По мнению авторов, замедление темпов роста потребления платных услуг в сфере культуры связано в первую очередь с длительной стагнацией отрасли культуры, отсутствием инновационных форм предоставления культурных услуг населению.

По статистике, платные услуги в сфере культуры находятся на десятом месте в структуре потребления современного россиянина. В 2015 г. объем платных услуг в сфере культуры, потребленных в России, составил 138 937 млн руб., что в 1,5 раза больше аналогичного показателя 2011 г. (таблица 3).

Отметим, что объем платных услуг в расчете на одного жителя страны в 2015 г. составил 949 руб. Данный показатель, несмотря на то, что он превышает аналогичный показатель 2011 г. на 51% , в расчете на месяц составляет всего 79 руб. По мнению авторов, при данном

уровне расходов на культурное потребление решение таких задач, как формирование гармонично развитой личности и высококачественного человеческого капитала в стране представляется фактически недостижимым.

Как следует из данных, представленных в таблице 4, в 2015 г. объем платных услуг сферы культуры в номинальном выражении вырос на 49421 млн руб., что относительно 2011 г. озна-

чает рост в 1,55 раза. Однако это увеличение, по мнению авторов, связано не с увеличением объема потребления культурных услуг, а с текущей инфляцией.

В рамках исследования авторами был проведен сравнительный анализ объема и структуры платных услуг, оказанных населению в Москве, Санкт-Петербурге и Ленинградской области за период 2016–2017 гг. (таблица 5).

Таблица 3

Динамика изменения объема платных услуг на душу населения в Российской Федерации за период 2010–2015 гг.

Показатель	Год					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Объем платных услуг на одного жителя, всего, руб.	34606	38756	42156	48273	51116	54990
Объем платных услуг в сфере культуры на одного жителя, руб.	573,5	626,2	688,5	818,1	879,9	949
Объем платных услуг в сфере культуры на одного жителя, % от общего объема оказанных услуг	1,66	1,62	1,63	1,69	1,72	1,73

Примечание: составлено авторами по [3].

Таблица 4

Объем и душевое потребление платных услуг культуры в Российской Федерации в 2011–2015 гг.

Показатель	Год				
	2011	2012	2013	2014	2015
Объем платных услуг культуры, млн руб.	89 516	98 589	117 405	128 548	138 937
Индексы физического объема услуг культуры, в процентах к предыдущему году	98,7	100,5	101,6	98,7	99,0
Доля платных услуг культуры в общем объеме платных услуг, в процентах	1,6	1,6	1,7	1,7	1,7
Объем платных услуг культуры на одного жителя, в рублях	626,2	688,5	818,1	879,9	949,0

Примечание: составлено авторами по [3].

Таблица 5

Объем платных услуг населению, оказанных в Москве, Санкт-Петербурге и Ленинградской области в 2016 г.

Показатель	Москва	Санкт-Петербург	Ленинградская область	Курская область
Объем платных услуг населению, млн руб.	1 040 421,3	417 022	67 588	38 046,4
Из них: услуги учреждений культуры, млн руб.	21 145	12 367	504	464,8
В % к итогу	2	4,1	1,1	1,2

Примечание: составлено по данным [3].

Как следует из данных, представленных в таблице 5, доля объема услуг учреждений культуры в общем объеме услуг, оказываемых населению, зависит от уровня и статуса региона. В городах федерального значения Москве и Санкт-Петербурге доля услуг учреждений культуры составляет 2 и 4,1% соответственно. В областях доля услуг учреждений культуры составляет порядка 1%.

Данные о ценах на платные услуги учреждений культуры, представленные в таблице 6, свидетельствуют о росте индексов потребительских цен по всем видам услуг учрежде-

ний, учитываемых Росстатом. Однако в целом рост индексов цен на культурные услуги не превышает общий индекс потребительских цен, который в 2016 г. составил 1,14.

Представляется, что одной из причин низкого роста спроса на платные услуги в сфере культуры является переход к самообслуживанию населения культурными благами и медиаконтентом. В 2015 г. проникновение Интернета в целом по России достигло отметки в 70,4%, а число пользователей Интернета составило 84 млн чел. По мнению авторов, значение роли Интернета в расширении по-

Таблица 6

Изменение цен на некоторые услуги учреждений культуры в Российской Федерации в 2015–2016 гг.

Вид услуг	2015 г.	2016 г.	Индекс цен 2016 к 2015 г.
Посещение театра, средняя стоимость билета, руб.	691	792	1,14
Посещение кинотеатра, средняя стоимость билета, руб.	254	273	1,07
Посещение музея или выставки, средняя стоимость билета, руб.	147	156	1,06

Примечание: составлено авторами по [3].

ребления культурных благ не стоит преувеличивать. Свободный доступ к электронным ресурсам, обеспечиваемый современными информационными ресурсами, такими как <https://www.culture.ru/project/>, не способен в полной мере заменить физического присутствия человека на спектакле, концерте, а виртуальное посещение музеев не позволяет обеспечить полной аутентичности исторической памяти. Практически невозможна также замена профессионального контакта общением в виртуальном пространстве в процессе творческого обучения детей и молодежи. Подчеркнем также, что потребление культурных благ в открытом медиапространстве требует также достаточного количества свободного времени. Как свидетельствуют результаты исследования использования суточного фонда времени населением, на посещение культурных и развлекательных мероприятий тратится менее двух процентов свободного времени [6].

Развитие сектора платных благ и услуг в сфере культуры требует также инструментов отбора и оценки качества культурных благ, известных как рекомендательные системы или инструменты коллаборативной фильтрации. В настоящее время в информационном поле Российской Федерации инструменты, позволяющие использовать предпочтения (оценки) группы пользователей для прогнозирования неизвестных предпочтений другого пользователя, представлены в основном группами в социальных сетях, а также ресурсами, посвященными выбору и оценке качества литературных произведений, таких как livelib.ru, Readly.ru, readrate.ru. В настоящее время одной из актуальных проблем отбора и оценки качества платных услуг в сфере культуры является разработка рекомендательного сервиса нового типа – финансово автономного и способного выдавать рекомендации сразу по многим видам контента: книги, кино, театр и т. д.

Исследование общего уровня спроса на услуги сферы культуры в России за период с 2010 по 2015 г. проводилось на основе статистического показателя посещаемости учреждений культуры (театров, цирков, музеев).

Спрос на услуги в сфере культуры – это зависимость желаемых объемов их приобретения, измеряемых в соответствующих отрасли единицах потребления (спектакль, концерт и т. п.) от цены за единицу потребления (билет). Общий рыночный спрос определяется суммированием спроса со стороны индивидуальных покупателей. Однако высокая дифференциация услуг в сфере культуры делает это суммирование условным. Вид функции спроса на услуги в сфере культуры зависит от ценовой эластичности спроса, которая, в свою очередь, определяется действием эффекта замещения и эффекта дохода. С одной стороны, у культурных услуг достаточно много заменителей, то есть услуг, удовлетворяющих потребность человека в эмоциях, связанных с феноменами сознания (восприятия, понимания, мышления, переживания и т. д.). Из-за высокого эффекта замещения спрос на услуги в сфере культуры более эластичен по цене. Платные услуги в сфере культуры варьируются от сравнительно недорогих до эксклюзивных, поэтому эффект дохода оказывает существенное влияние на их приобретение.

Анализируя факторы, влияющие на эластичность спроса на платные услуги по цене, в первую очередь отметим место, которое занимает культура в структуре потребностей. Культурные услуги призваны удовлетворить потребности, находящиеся на верхних иерархических уровнях пирамиды Маслоу: познавательные, эстетические потребности, потребности в самоактуализации.

Принципиальным отличием сферы культуры от сферы производства товаров или услуг утилитарного характера является то, что культурные ценности в процессе потребления способны наращивать свою ценность (чем больше людей прочитали книгу, видели картину, слышали концерт и т. п., – тем выше их социальная значимость). Рынок культурных услуг имеет искажения по сравнению с традиционными рынками. Это связано с несовершенной конкуренцией на рынке ряда культурных благ.

Анализ посещаемости учреждений культуры Российской Федерации за период с 2010 по 2015 г. показывает, что за анализируемый

период учреждений культуры число посетителей музеев увеличилось на 40%, число зрителей театров – на 20%. Численность зрителей цирков сократилась более чем наполовину, на 64% (рисунок 2).

Исследование, проведенное специалистами НИУ ВШЭ в 2016 г., показало, что в октябре 2016 г. свыше 39% респондентов планируют посетить в течение следующего месяца какие-либо учреждения культуры. При этом наиболее популярным местом для проведения досуга семьи были названы: кинотеатр (22,4% опрошенных); музеи и выставки (12,3% опрошенных); посещение детьми творческих занятий и кружков (11,8%). Отвечая на вопрос об общей сумме предполагаемых расходов

на культурные услуги, респонденты назвали среднюю сумму в 1629 руб. (в расчете на одного члена семьи) [7]. При зафиксированных Росстатом расходах в 79 руб. в месяц, данный факт свидетельствует о низкой реализации намерений граждан в реализации планов в сфере культурного потребления. Опрос показал также, что наибольшие суммы на культуру готовы тратить более обеспеченные семьи, оценивающие свои доходы как хорошие или очень хорошие. В целом результаты опроса свидетельствуют о достаточно высоком платежеспособном спросе.

Опрос, проведенный специалистами Российской академии народного хозяйства и государственной службы (РАНХиГС) среди

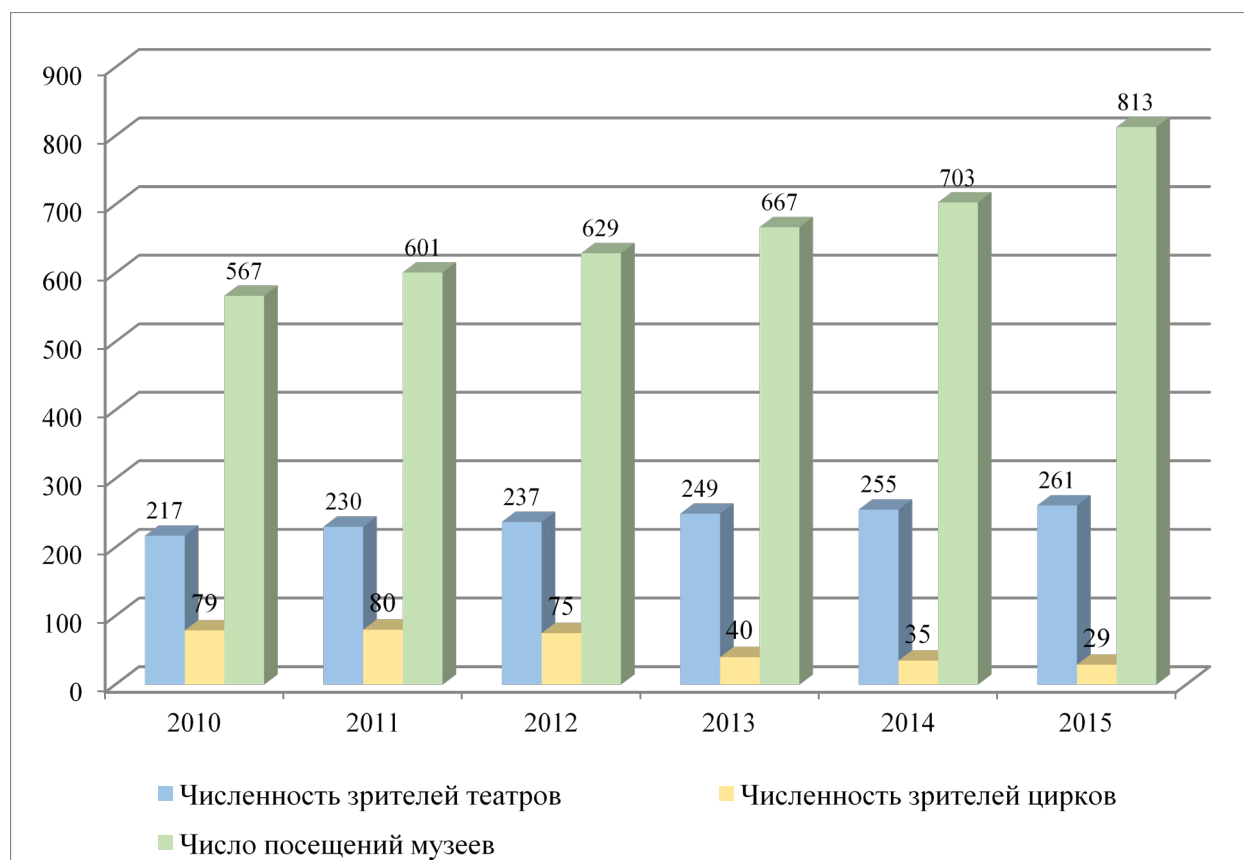


Рисунок 2

Число посещений учреждений культуры за период 2010–2015 гг. в Российской Федерации (в среднем на 1000 чел. населения).

Примечание: составлено авторами по [3].

176 экспертов в 2015 г., выявил, что к основным причинам проблем, характерных для всех направлений в сфере культуры, можно отнести: неудовлетворительное состояние зданий и помещений учреждений культуры (60%), низкий уровень менеджмента в культуре (54%), дефицит квалифицированных кадров (49%), высокую стоимость услуг культуры для населения (41%), недостаточную информационную поддержку культурных событий (36%) и снижение качества культурных услуг (34%). Следствиями отмеченных проблем являются, по мнению экспертов, слабая вовлеченность населения, отсутствие в обществе интереса к событиям в культурной жизни (55%), недостаток в учреждениях культуры современного оборудования (оснащения) (51%), низкий уровень доступности культурных форм досуга учреждений культуры для жителей средних и малых городов, сельской местности (45%). В исследовании отмечается, что жители села имеют проблемы с доступом к культурным благам и услугам, поскольку техническое состояние зданий оставляет желать лучшего. Стоимость услуг в сфере культуры населения со средним и низким уровнем дохода лишает возможности чувствовать себя вовлеченными в культурную жизнь страны. Серьезными проблемами является также конкуренция за внимание потенциальных потребителей, недостаточная информационная поддержка культурных мероприятий, которая влечет за собой потерю интереса граждан к культурным событиям.

Проблема отсутствия равных возможностей для приобщения широких слоев населения к культурным ценностям в Российской Федерации лежит в плоскости несоответствия между уровнем цен на платные культурные услуги и доходами населения, а также в региональных диспропорциях в развитии сферы культуры. В этой связи актуален вопрос, в какой степени государственное субсидирование сферы культуры сдерживает повышение цен на входные билеты, как один из основных факторов, влияющих на спрос в сфере культуры. Реформа бюджетного сектора, осуществленная в 2010 г., открывает широкие перспективы для стимулирования спроса на платные культурные

услуги путем установления учредителем оптимальных цен на основные платные услуги, оказываемые бюджетными организациями. В соответствии со статьей 9.2 Федерального закона от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» (с изменениями и дополнениями, вступившими в силу с 01.07.2017), порядок определения платы за основные платные услуги, оказываемые бюджетными учреждениями, устанавливается учредителем [8]. Что касается учреждений в автономной форме, то если конкретный субъект, который может регулировать порядок определения платы за оказываемые основные платные услуги, не определен федеральными законами, автономные учреждения самостоятельны в решении данного вопроса [9].

Можно выделить такие детерминанты спроса на услуги в сфере культуры, как предпочтения и вкусы потребителей, субъективная оценка качества, сформированная на основе механизмов коллаборативной фильтрации и социальных сетей. На рынках сферы культуры ситуация сильно запутана из-за неопределенности качества, заблуждений потребителей в восприятии качества, различных социальных эффектов, вообще никак не связанных с качеством услуг, и многого другого, включая неоднородность предпочтений. Важнейшей детерминантой спроса на платные услуги в сфере культуры являются также цены на другие блага и услуги: при росте тарифов на услуги ЖКХ, цен на продукты питания и т. п. сокращение спроса на услуги в сфере культуры произойдет у наименее обеспеченных потребителей. Такие факторы, как фактор времени, сезонность, ожидание потребителями каких-либо экономических и политических перемен, влияют на спрос в сфере культуры в меньшей степени.

В целом динамика объема платных услуг в сфере культуры повторяет доходные тренды, откликаясь падением на экономические кризисы и восстановлением – на периоды подъема. По мнению авторов, культурные индустрии в условиях современного рынка предоставляют широкие возможности для развития импортозамещения. Однако важно отметить, что расходы на организацию досуга первыми реагируют

на изменения доходов: при их росте население склонно направлять значительную долю доходов на организацию досуга, в случае снижения доходов – сокращать эту долю в абсолютном и относительном выражении.

Официальная статистика показывает спад в потреблении культурных услуг в реальной стоимости на протяжении последних пяти лет. По мнению авторов, это подтверждают результаты социологических опросов, которые показывают, что в кризисных условиях расходы на культурные услуги сокращаются одними из первых. В России сокращение доли услуг сферы культуры в общей структуре платных услуг прослеживается вне экономического кризиса. Уровень расходов граждан России на культуру остается очень низким, порядка 79 руб. на одного человека в месяц. Низкие расходы бюджета на культуру и сокращение

расходов консолидированного бюджета создают препятствия к развитию современных форм обслуживания в сфере культуры и формированию предложения культурных услуг, адекватных имеющемуся спросу. Сокращение количества сельских учреждений культуры, имеющее объективный характер в связи с сокращением сельского населения, имеет серьезные масштабы. Проблемы в данной области создает также процесс оптимизации бюджетных отраслей. Дальнейшее сокращение числа библиотек и досуговых учреждений необратимо приведет к сокращению доступности услуг культуры и росту неравенства в доступе к ним. Основной и ключевой проблемой современной Российской Федерации является то, что государственная культурная политика не содержит стимулов к повышению расходов граждан на культуру.

Список литературы

1. Основы государственной культурной политики Российской Федерации. Утв. Указом Президента от 24.12.2014 № 808. URL: <http://mkrf.ru/info/foundations-state-cultural-policy/> (дата обращения: 19.10.2017).
2. Проект Федерального закона «О культуре» // Российская газета. URL: <https://rg.ru/2011/10/26/kultura-site-dok.html> (дата обращения: 20.10.2017).
3. Российский статистический ежегодник. 2016: стат. сб. / Росстат. М.: Росстат, 2016.
4. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). URL: <https://wciom.ru/about/aboutus/> (дата обращения: 10.10.2017).
5. Бюллетень социально-экономического кризиса в России. Июль 2016. Рынок платных услуг населению / Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации. URL: <http://ac.gov.ru/files/publication/a/9804.pdf> (дата обращения: 30.09.2017).
6. Средний класс в современной России. Опыт многолетних исследований / под ред. М. К. Горшкова и Н. Е. Тихоновой. М.: Весь Мир, 2016.
7. Население России в 2016 году: доходы, расходы и социальное самочувствие. Мониторинг НИУ ВШЭ. Ноябрь 2016 / под ред. Л. Н. Овчаровой. М.: НИУ ВШЭ, 2016.
8. О некоммерческих организациях. Федеральный закон от 12.01.1996 №7-ФЗ (в ред. от 01.07.2017 года) // Компания Консультант-плюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8824/ (дата обращения: 20.09.2017).
9. Письмо Минфина России от 22.10.2013 № 12-08-06/44036 «О Комментариях (комплексных рекомендациях) по вопросам, связанным с реализацией положений Федерального закона от 08.05.2010 № 83-ФЗ» / Компания Консультант-плюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_153763