

Социально-культурная сфера как отрасль экономики Кыргызской Республики. Socio-cultural sphere as a sector of the economy Kyrgyz Republic Чотонов М. М.

*Чотонов Мамашарип Мамытович / Chotonov Mamasharip Mamytovich – кандидат экономических наук, доцент,
кафедра социально-культурной деятельности,
Кыргызский государственный университет культуры и искусств им. Б. Бейшеналиевой, г. Бишкек*

Аннотация: *современные рыночные отношения сопровождаются трансформацией отношений собственности, коренным изменением общественных отношений между людьми и их объединениями по поводу материальных благ. Специфичность отраслей социально-культурной сферы изначально определила необходимость нестандартных решений, принимаемых в процессе регулирования в них отношений собственности. Основой государственных гарантий сохранения и развития отраслей социально-культурной сферы в Кыргызской Республике является преимущественно государственное финансирование, т. е. главным источником финансовых средств для всей социально-культурной сферы является государственный бюджет. Этому и будет посвящена данная статья.*

Ключевые слова: *бюджет, социальная сфера, культурная сфера, программа, стратегия, реализация.*

Развитие мировой цивилизации, внедрение новой технологии, электронной техники приводят к тому, что у человека увеличивается свободное время и, соответственно, это приводит к развитию тех отраслей экономики, которые удовлетворяют социально-культурные потребности человека. Во всем мире всё большее внимание со стороны ученых и менеджеров уделяется производству такого рода услуг. Законы и механизмы развития социально-культурной сферы сегодня исследуют специалисты различных отраслей знаний - философы, культурологи, педагоги, медики, экономисты. Естественно, что в современных условиях процессы развития социально-культурной сферы требуют глубокого экономического осмысления. В принципе, такая область экономических знаний, как экономика социально-культурной сферы получила своё развитие относительно недавно - в конце 60-х - начале 70-х годов XX века. Но до сих пор нет единого чёткого определения, что же относится к социально-культурной сфере.

В последнее время всё чаще употребляется термин «непроизводственная сфера». К непроизводственной сфере отнесены следующие отрасли национальной экономики и виды деятельности: жилищно-коммунальное хозяйство, непроизводственные виды бытового обслуживания; здравоохранение, физическая культура и социальное обеспечение; народное образование; культура и искусство; наука и научное обслуживание; финансы, кредит, страхование, пенсионное обеспечение; государственное управление; общественные объединения; торговля и общественное питание; транспорт и связь; природоохранная деятельность. Таким образом, непроизводственная сфера - это совокупность отраслей, не связанных (или почти не связанных) с производством материальных благ [1, с. 58-60]. О непроизводственной сфере можно говорить как о создании объектов социальной инфраструктуры.

Однако, по мнению многих учёных, понятия «непроизводственная сфера» и «социально-культурная сфера» не тождественны.

Ряд авторов определяет социально-культурную сферу как совокупность предприятий, выпускающий продукт, связанный с жизнедеятельностью людей, но в этом случае к социально-культурной сфере можно отнести и многие отрасли экономики, такие как автомобилестроение, производство бытовой техники и многие другие.

Другие учёные определяют социально-культурную сферу как совокупность предприятий, имеющих значение для повышения культурного уровня всего общества. В этом случае трактовка понятия «социально-культурная сфера» довольно узкая, т. е. в перечень таких предприятий можно отнести только учреждения культуры, такие как театры, библиотек, клубы, музеи и т. п.

Но будет правильнее под социально-культурной сферой понимать совокупность предприятий, учреждений, организаций, осуществляющих производство, распределение, сохранение и организацию потребления товаров и услуг социально-культурного и информационного назначения, обеспечивая тем самым удовлетворение социально-культурных и информационных потребностей населения.

Эта сфера представляет совокупную социально-культурную организацию общества, и в соответствии с Законом КР «Об основных принципах бюджетного права в КР» социально-культурная сфера включает в себя следующие группы или отрасли [2]:

- образование и профессиональная подготовка кадров;
- наука и научное обслуживание;
- здравоохранение и социальное обеспечение;
- жилищно-коммунальное хозяйство и бытовое обслуживание;

- культура, искусство и средства массовой информации;
- физическая культура и спорт;
- индустрия туризма, гостеприимства и рекреационных услуг.

В социально-культурной сфере, как и в других отраслях общественного производства, проявляются определенные экономические отношения. Они складываются в процессе воспроизводства социальных благ, выступающих как в вещественной форме, так и в форме услуг или полезного эффекта труда, потребляемого в процессе его производства.

Таким образом, экономика социально-культурной сферы - это наука, призванная изучать экономические проблемы как сферы в целом, так и отдельных ее отраслей. Становление экономики социальной сферы как самостоятельного научного направления обусловлено не только необходимостью улучшения, например, жилищно-коммунальных, культурно-образовательных, медицинских и других социальных услуг, но и наличием широкой области социально-экономических отношений, связанных с необходимостью вовлечения в оборот многочисленных и дорогостоящих экономических ресурсов различных отраслей социально-культурной сферы.

Необходимость развития рыночных отношений в экономике ставит задачу существенного обновления методологии и организации экономического анализа в отраслях социально-культурной сферы, перехода к международным стандартам ведения анализа и учета.

Несмотря на быстрое развитие отраслей социально-культурной сферы, специфическим продуктом которой является услуга и усиление ее роли, в экономике до сих пор не выработано общепринятого определения понятия «услуга».

По мнению многих ученых, услуга - это особая потребительная стоимость, которую доставляет труд, только не в качестве вещи, а в качестве деятельности. Другие - под услугой понимают огромное разнообразие видов деятельности и коммерческих занятий. Услуга - это объекты продажи в виде действий, выгод или удовлетворений. Услуга - любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном не осязаемы и не приводят к завладению чем-либо.

Важнейшей проблемой экономики социально-культурной сферы является классификация услуг. Используют различные критерии классификации услуг, но в качестве примера можно рассмотреть классификацию, в основе которой лежит идея о том, на кого (на что) направлены услуги, и являются ли они осязаемы или нет [3, с. 23].

Таблица 1. Классификация услуг

Основные классы услуг	Сферы услуг
1. Осязаемые действия, направленные на тело человека	Здравоохранение, салоны красоты и парикмахерские, спортивные заведения, рестораны
2. Осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты	Поддержание чистоты и порядка (ЖКХ), прачечные и химчистки, ветеринарные услуги
3. Неосязаемые действия, направленные на сознание человека	Образование, радио-, телевизионное вещание, информационные услуги, театры, музеи
4. Неосязаемые действия с неосязаемыми активами	Юридические и консультационные услуги, страхование, операции с ценными бумагами

Классификация услуг позволяет улучшить понимание изучаемого явления, выделить отличительные черты каждого вида услуг, определить специфику методов управления организациями социально-культурной сферы.

Определенная уникальность услуг организации социально-культурной сферы обуславливает специфику их производства и реализации. Специфика эта касается, в первую очередь, культурных и просветительных услуг и заключается в том, что их реализация возможна только при наличии у населения свободного времени, духовных и других запросов, финансовых возможностей. Например, для сферы туризма имеет значение наличие свободного времени, желания и платежеспособности населения. Кроме того, культурные потребности и услуги находятся под жестким влиянием такого социально-культурного явления, как мода. Мода оказывает влияние на производство и реализацию продукта туристских фирм, издательств, предприятий шоу-бизнеса, предприятий бытовых услуг (парикмахерские, салоны красоты, массажные кабинеты и др.).

Исследование видов услуг или продуктов организаций социально-культурной сферы позволяет выделить продукты или услуги на основные и вторичные.

К основным (продуктам или услугам) относится услуга или продукт деятельности организации социально-культурной сферы, соответствующей профилю деятельности. Каждая организация СКС выпускает конкретные продукты или услуги, являющиеся для нее основными, например, для театра - это

создание спектаклей, для музеев - организация экспозиций, для шоу-бизнеса – организация концертов, для высших учебных заведений - организация учебного процесса и т. д.

Под вторичным продуктом понимается видоизмененный, но без нарушения целостности или социокультурной значимости основной продукт. Некоторые виды услуг, например, организация буфетов, платных автостоянок и т. д., не имеют отношения к созданию основной услуги, например, при оказании услуг туристического характера. Однако вторичный продукт или услуга призваны решать следующие задачи:

- Увеличение доходов организации.
- Расширение каналов реализации основного продукта.
- Повышение значимости, имиджа предприятия.
- Выполнение функции «промоушн», т. е. продвижение основного продукта на рынке.

Современные рыночные отношения сопровождаются трансформацией отношений собственности, коренным изменением общественных отношений между людьми и их объединениями по поводу материальных благ. Специфичность отраслей социально-культурной сферы изначально определила необходимость нестандартных решений, принимаемых в процессе регулирования в них отношений собственности. Кроме того, объективные сложности переходного периода привели к усложнению институциональной структуры отраслей, а также обострили финансовые проблемы учреждений и организаций отраслей социально-культурной сферы, главным образом общественного сектора - государственных и вновь зарождающихся частных некоммерческих и коммерческих структур. Эти проблемы данной сферы могут быть решены только при учёте их взаимосвязи с собственностью, при тщательном просчёте того, какое воздействие в ближайшем и отдалённом будущем принимаемое решение способно оказать на отношения собственности. Отношения собственности формируются под влиянием господствующих экономических отношений и социально-экономических условий жизни. Эта общая теоретическая предпосылка определённым образом модифицируется в отраслях социально-культурной сферы, которые являются, во-первых, преимущественно сферой общественного сознания и, во-вторых, совокупностью отраслей, учреждений, хозяйствующих субъектов. Кроме того, в отраслях социально-культурной сферы имеется большой объём не вещественных факторов и результатов производства, что определяет существование особого рода немущественных отношений собственности, не характерных для большинства отраслей.

Рыночная экономика обусловила появление разнообразных форм собственности в социально-культурной сфере, формирование которых происходит под влиянием как экономических, так и неэкономических факторов. Исходя из этих факторов организации социально-культурной сферы обладали следующими признаками [4, с. 26]:

- Классификация по формам собственности.
- Классификация по виду продукта (результату деятельности).
- Классификация по способу хозяйственной деятельности.

Основной государственной гарантией сохранения и развития отраслей социально-культурной сферы в Кыргызской Республике является преимущественно государственное финансирование, т. е. главным источником финансовых средств для всей социально-культурной сферы является государственный бюджет. Одним из основных направлений государственного финансирования предприятий социально-культурной сферы являются государственные субсидии, которые бывают прямыми и косвенными. Через прямые субсидии государство стимулирует накопление капитала, финансирует капитальные вложения в отрасли, развитие которых необходимо, но недостаточно прибыльно, например, отрасли культуры и искусства. Косвенное субсидирование осуществляется в основном средствами налоговой и денежно-кредитной политики, а также через механизм монопольно-высоких и монопольно-низких цен.

К государственным источникам финансирования и поддержки отраслей социально-культурной сферы относятся и выделяемые премии, пособия, гранты, льготные тарифы на транспортные перемещения во время гастрольных туров по Кыргызстану и за рубежом, которыми пользуются различные группы творческих деятелей, выдающиеся представители художественной элиты, преуспевающая в обучении студенческая молодежь, победители различных конкурсов и т. п.

Кроме государственного бюджетного финансирования, крупная часть социальных расходов (около 8 % ВВП) проходит по государственным целевым внебюджетным фондам, к которым относятся: пенсионный фонд, фонд социального развития, фонды медицинского страхования и другие [5, с. 30-31].

К децентрализованным или негосударственным (внебюджетным) источникам финансирования относятся [6, с. 34]:

- Коммерческая деятельность предприятий социально-культурной сферы (платные услуги, страховая деятельность и т. д.).
- Защита авторских прав также обеспечивает серьезный источник пополнения дохода предприятий социально-культурной сферы.

Самую серьезную роль во внебюджетных источниках выполняют:

а) международные проекты и программы, финансируемые из различных Международных благотворительных фондов и банков, в виде научных грантов, премий, стипендий и т. п.

б) взаимодействие и сотрудничество различных учреждений социально-культурной сферы с обществом и бизнесом в формах спонсорства, благотворительности, патронажа.

Спонсорство, в соответствии с Законом КР «О рекламе» [7], представляет собой разновидность рекламной деятельности и предполагает, что спонсируемое лицо оказывает спонсору услуги рекламного характера. Спонсорство включает целевые субсидии коммерческим фирмам с целью взаимовыгодного сотрудничества с социально-культурными учреждениями путем реализации совместных проектов на основании взаимных обязательств сторон, т. к. учреждения социально-культурной сферы становятся выгодным деловым партнером.

Благотворительность, направленная на социально-приоритетные цели, не предполагает каких-либо финансовых и прочих обязательств со стороны учреждений социально-культурной сферы, получающих поддержку, и выдвигает на первый план нравственный аспект совершаемого действия. Достаточно устаревший и требующий внесения поправок и изменений Закон «О меценатстве и благотворительной деятельности» в редакции от 6 ноября 1999 г. № 119 не предусматривает конкретных льгот и привилегий участникам благотворительной деятельности.

Благотворительная деятельность характеризуется добровольностью, т. е. к благотворительности не относится уплата различного рода обязательных платежей и взносов; и бескорыстностью, под которой понимается оказание поддержки не только на безвозмездной, но и на льготной основе.

Патронаж - покровительство не только финансовое, но и организационное, оказываемое на долговременной стабильной основе.

Успеху в поиске дополнительных источников финансирования способствует использование хорошо апробированной за рубежом методики фандрейзинга (с англ. - поиск, добывание средств).

Фандрейзинг является конкретной формой управленческой технологии, позволяющей консолидировать усилия и средства государства, бизнеса и общественности. Это деятельность по привлечению и аккумулированию финансовых средств из различных источников на реализацию социально-культурных проектов и программ, не имеющих, как правило, непосредственной коммерческой выгоды. К специальным акциям фандрейзинга относят: приемы и презентации, конкурсы и премии, аукционы знаменитостей, лотереи, обеды, балы, уличные сборы, продажа мест для рекламы и т. д.

Расходы на содержание организаций социально-культурной сферы определяются на основе принципов сметного и нормативного планирования. Расчетными единицами служат показатели деятельности предприятий социально-культурной сферы, характеризующие обслуживаемый контингент (количество учащихся, учебных групп, классов, число коек, проведенных операций и т. п.) и время функционирования учреждений социально-культурной сферы в течение года. Определение расходов на предприятиях социально-культурной сферы производится на основании укрупненных нормативов, охватывающих все виды затрат учреждений СКС и ориентирующих работу этих учреждений на достижение конечных результатов: обучение детей, подготовку специалистов, оказание помощи больным и т. п.

Финансовая норма расхода выражает меру удовлетворения конкретной потребности в определенной сумме денежных средств.

Особое значение имеет разработка и внедрение системы минимальных социальных стандартов в КР, отражающих уровень государственных гарантий в обеспечении населения страны бесплатными и льготными социально-культурными услугами, в соответствии с конституционными нормами о бесплатности образования, здравоохранения, социальной защите наименее обеспеченных слоев населения.

Стандарты и нормы стали разрабатываться с середины 90-х годов с принятием Законов КР «О прожиточном минимуме» [8], «О минимальной заработной плате» [9], «О минимальном потребительском бюджете» [10]. Эти нормативные документы установили один из важных социальных стандартов: уровень нищеты, бедности, обеспеченности, минимальной заработной платы и т. д.

Социальный стандарт - это уровень удовлетворения совокупности потребностей населения. В названной системе приняты три уровня стандартов: минимальный, средний, рациональный.

Социальные нормы - это единые или групповые для однородных территорий меры социальных потребностей, таких как обеспеченность: населения - учреждениями социально-культурной сферы, их услугами; работников этих учреждений - ресурсами, достаточными для их эффективного функционирования.

Таким образом, применение стандартов и норм делает расчет бюджетной потребности прозрачным, исключает самостоятельность, лоббирование территориями своих проблем с целью повышения уровня доходов. Она приемлема для всей территории Кыргызской Республики.

Следовательно, можно добиться требуемого уровня экономических показателей в социально-культурной сфере.

Литература

1. *Асаналиева Г. Т.* Особенности системы предоставления социальных услуг в условиях переходной экономики / Вестник КРСУ, Т. 8 - 2008. - № 3.– С. 58-60.
2. Закон Кыргызской Республики «Об основных принципах бюджетного права в Кыргызской Республике». В редакции Закона от 25 июля 2012 г. № 141.
3. *Асаналиева Г. Т.* Теоретические основы исследования сферы социальных услуг. – Б.: КРСУ, 2006. – 23 с.
4. Закон Кыргызской Республики «О рекламе». В редакции Закона от 18 декабря 2009 г. № 310.
5. Закон Кыргызской Республики «О прожиточном минимуме». В редакции Закона от 18 декабря 2009 г. № 310.
6. Закон Кыргызской Республики «О минимальной заработной плате». В редакции Закона от 26 мая 2009 г. № 170.
7. Закон Кыргызской Республики «О минимальном потребительском бюджете». В редакции Закона от 6 мая 1993 г. № 1190-ХП.