

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАНИЕ
ВЗРОСЛЫХ
В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

ПЛАТНЫЕ УСЛУГИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ: ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ



Министерство культуры Республики Беларусь
Учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»
Институт повышения квалификации и переподготовки кадров

**ПЛАТНЫЕ УСЛУГИ
В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ:
ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ
АСПЕКТЫ**

Информационно-аналитические материалы

Под общей редакцией
И. Б. Лаптенюк

Минск
БГУКИ
2020

УДК 338.467.6:658.8
ББК 71.4к94
ПЗ74

Составители:
Р. Ф. Харитончик, Е. А. Лапикова

Под общей редакцией
кандидата филологических наук, доцента И. Б. Лаптенюк

Рецензенты:
кандидат педагогических наук, доцент Е. А. Макарова,
кандидат культурологии, доцент А. И. Степанюк

Рекомендовано к изданию
Советом Института повышения квалификации и переподготовки кадров
учреждения образования «Белорусский государственный университет
культуры и искусств» (протокол № 11 от 11.11.2020 г.)

Платные услуги в сфере культуры: организационно-методические
ПЗ74 аспекты : информационно-аналитические материалы / сост.: Р. Ф. Харитончик, Е. А. Лапикова ; под общ. ред. И. Б. Лаптенюк ; Мин-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств, Ин-т повыш. квалиф. и переподг. кадров. – Минск : БГУКИ, 2020. – 112 с.

ISBN 978-985-522-266-9

Представленные материалы посвящены рассмотрению актуальных аспектов организации работы учреждений культуры по оказанию платных услуг. В них отражены вопросы разработки и внедрения платных услуг, формирования тарифов на услуги, использования маркетинга и электронного Public Relations как эффективных инструментов для привлечения потребителей и расширения рынка платных услуг, размещены тексты нормативных правовых актов, затрагивающие организационно-методические аспекты реализации платных услуг, из Национального реестра правовых актов Республики Беларусь, Эталонного банка данных правовой информации Республики Беларусь.

Издание адресовано руководящим работникам учреждений сферы культуры, специалистам клубных учреждений, музеев, библиотек, методических центров народного творчества (культурно-просветительской работы), а также преподавателям и слушателям учреждений дополнительного образования взрослых в сфере культуры.

УДК 338.467.6:658.8
ББК 71.4к94

ISBN 978-985-522-266-9

© Учреждение образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», 2020

РАЗДЕЛ 1. ПЛАТНЫЕ УСЛУГИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ

1.1. Социокультурные услуги: сущность и характеристика

Социально-культурные услуги представляют собой значимый аспект жизнедеятельности общества. Функционирование организаций, основное предназначение которых – удовлетворение социально-культурных потребностей индивида, социальных групп и общества, сегодня охватывает различные сферы деятельности. Кроме того, поиск путей оптимизации управленческих воздействий в отрасли культуры напрямую связан с изучением контекста социокультурных услуг.

Актуальным вопросам осуществления регулятивной функции культуры, разработки и внедрения технологий социально-культурной деятельности, новых форм, методов, методик, средств в деятельность учреждений, а также моделей социального поведения человека в процессе нерегламентированной и социально-значимой деятельности посвящены публикации таких авторов, как М. А. Ариарский, Л. Н. Арсюткина, А. Д. Жарков, В. Н. Ивченко, Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников, Л. И. Козловская, С. В. Лапина, И. Б. Лаптенко, Е. А. Макарова, С. Б. Мойсейчук, Л. П. Сивурова, И. Л. Смаргович, А. И. Степанцов, Ю. А. Стрельцов, Н. Н. Ярошенко и др.

Исследователь Г. А. Аванесова описала проблемы качества, область функциональной пригодности, потребительские свойства услуг в сфере культуры и досуга [1]. Г. Л. Тульчинский и Е. Л. Шекова выделили основные и дополнительные услуги, которые предоставляют организации культуры [58; 65]. Характеристику культурных услуг дали В. В. Хмелев, Н. Прянишников и др. [2; 3; 46; 49; 50; 54; 68].

В общем виде **социокультурная услуга** – вид общественного блага, деятельность, ориентированная на общество в целом и отдельные социальные общности, направленная на реализацию значимых институциональных функций и удовлетворение культурных потребностей потребителя [67].

Социокультурные услуги порождаются общественными и индивидуальными потребностями, которые связаны с коллективной природой человека, его взаимодействием с другими людьми, культурными запросами общества.

Культурные товары и услуги рассматриваются с точки зрения конкретного свойства, применения или цели. Они несут в себе формы культурного самовыражения, независимо от своей возможной коммерческой ценности [24].

К **культурным услугам** относят те, которые имеют развивающий, культурно-образовательный и творческий характер, заключают в себе содержательно-духовный потенциал.

К **услугам социальной направленности** относят те, которые позволяют каждому человеку развиваться как гражданину, члену современного общества, субъекту социальных отношений [1, с. 109].

Чтобы глубже уяснить сущность услуг в сфере социальных отношений, культуры и досуга, необходимо обозначить их **общие характеристики**:

- оказываемые услуги носят неосвязаемый, невещественный характер, хотя для их осуществления, как правило, необходимы материальные ресурсы, техника, специальное оборудование;
- услуги не существуют до начала их предоставления. Производство услуг происходит одновременно с их потреблением;
- потребитель услуг не может являться их собственником;
- данные услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем потребитель их получит;
- конкретная услуга представляет собой конкретную потребительскую стоимость в конкретное время на определенном направлении, что резко ограничивает возможности ее замещения на рынке [1, с. 110].

Н. Прянишников в работе «Культурные индустрии в городе» [46] дополняет характеристику культурных услуг следующими позициями:

- неотделимость от источника или места оказания услуги.

Необходимо непосредственное присутствие зрителя в театре, посетителя в музее, читателя в библиотеке.

- масштабность.

Нередко культурные услуги (особенно зрелищные) осуществляются в массовых и публичных формах.

Тулчинский Г. Л. и Шекова Е. Л. отмечают, что услуги социокультурного и досугового плана имеют и иные **специфические особенности**: реализация данных услуг возможна лишь при наличии у населения свободного времени, соответствующих запросов и финансовых возможностей. Работник, оказывающий эти услуги, имеет дело с потребителем, который ставит рекреационные цели, желает обогатить внутренний мир, развлечься, намерен улучшить свое физическое и душевное состояние, внутренний мир и внешний вид [58].

В целом потребитель готов сам приложить усилия для того, чтобы его отдых оказался эффективным. Но досуг современного типа, как правило, более результативно развивается в рамках общественного производства. При наличии определенного уровня платежеспособности и свободного времени потребитель предпочитает обращаться к услугам специалистов, чтобы добиться нужного рекреационного эффекта. Именно поэтому сервисные усилия организаторов должны работать на рекреационный эффект [1, с. 111].

Немаловажной является **проблема качества обслуживания** в сфере культурных услуг. Под *качеством услуг* понимается комплекс их полезных свойств, нормативно-технологических характеристик обслуживания, благодаря которым общественные и индивидуальные потребности удовлетворяются на уровне установленных требований, сопоставимых с мировыми стандартами. *Полезные свой-*

ства услуги – это объективные характеристики услуги, которые проявляются при ее потреблении, отвечают запросам и нуждам потребителей, а также правовым критериям.

В сфере культурных услуг проблема качества имеет свою специфику, что порождает определенные трудности. Здесь повышается роль субъективных установок потребителей в оценке услуг: индивидуальных предпочтений, свободы выбора.

Важным аспектом качества обслуживания в сфере культурных услуг является безопасность потребителей, что определяется эффективным функционированием данной сферы, отсутствием в ее рамках разного рода угроз, ущерба для жизни, здоровья и т. д. [1, с. 229].

Вместе с тем уровень качества обслуживания в сфере культурных услуг определяется исходя из критериев, характерных для любой области сервиса.

Для группы услуг социокультурной сферы характерны следующие **свойства**: производственные, функциональные и потребительские [1, с. 226–228].

К *производственным свойствам* относятся те, которые создаются в процессе производства услуги, связаны с его обслуживанием и продолжением в каналах обращения и потребления.

Любая культурная услуга должна обладать *функциональной пригодностью*, отражающей профильную направленность, специфику назначения услуги.

Но и функциональные свойства не позволяют сделать окончательный вывод о качественных характеристиках социокультурных услуг. Необходимо учитывать также и их *потребительские свойства*, т. е. качества, которые рассматриваются потребителями как наиболее значимые и благоприятные для них. Налицо субъективный характер этих свойств, но именно они в значительной степени отображают реальное качество услуг [1, с. 229].

Главным «экспертом» в определении качества культурных услуг является потребитель. Потребительские ожидания строятся на таких ключевых факторах, как личные потребности и интересы, прошлый опыт, внешние коммуникации, межличностные коммуникации. Воздействие различных факторов способно исказить качественную сущность услуги. Поэтому рекомендуется применять *двусторонний подход к выявлению оценки качества культурной услуги*: учет конкретных показателей (которые можно зафиксировать, просчитать, отобразить в числовой форме) и субъективных оценок (мнения потребителей). Если 25–30 % клиентов полностью удовлетворены обслуживанием в учреждении досуга, готовы оставаться постоянными посетителями, рекомендуют его работу своим друзьям, это считается весьма эффективными критериями с точки зрения стандартов качества в данной организации. Именно такой подход существует в мировой практике, где ориентация на потребителя имеет такое же важное значение, как и экономические критерии деятельности [1, с. 229].

Существуют различные **классификации** культурных услуг. По роли в реализации уставных целей организации они подразделяются на основные и дополнительные. *Основные услуги* служат достижению уставных целей организации культуры, т.е. направлены на реализацию ее миссии. Так, например, для Национального художественного музея Республики Беларусь основными услугами являются выставочная и культурно-образовательная деятельность. *Дополнительные услуги* 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). Так, дополнительные услуги Национального художественного музея Республики Беларусь связаны с реализацией продукции в музейном сувенирном киоске, предоставлением услуг в находящемся на территории музея кафе «Культурная жизнь» и др.

Культурные услуги разделяются также на *прямые* и *посреднические*. К прямым относят услуги актеров, музыкантов и других исполнителей, имеющие непосредственную культурную значимость и известность среди потребителей. В качестве посреднических рассматриваются услуги экскурсоводов, лекторов, библиотекарей, деятельность которых в первую очередь является средством передачи культурного продукта [58].

На современном этапе важным является понимание **сущности культурных услуг**, повышение их содержательности и качества.

Часто развитие рыночных отношений в сфере культуры ошибочно понимают как коммерциализацию отрасли. Однако, как правило, сфера культуры не существует в чисто коммерческом режиме. Речь идет скорее о дополнительном привлечении средств.

В то же время в современных условиях учреждения культуры все больше зависят от финансово-экономических аспектов. Государственный бюджет на сегодняшний день остается одним из основных и стабильных источников финансирования сферы культуры. Однако государственные расходы не покрывают все затраты на развитие отрасли. В связи с этим одним из наиболее важных источников ее финансирования сегодня являются доходы от предоставления учреждениями культуры платных услуг.

Платные услуги являются формой инициативной внебюджетной деятельности учреждений культуры, которая ориентирована на удовлетворение дополнительных информационных и социокультурных запросов различных групп населения и предусматривает коммерческий характер взаимоотношений с ними.

Согласно классификации, предложенной Г. Л. Тульчинским, платные услуги, которые оказывают населению учреждения культуры, в соответствии с основной

областью их реализации и присущими ей формами подразделяются на шесть групп [58].

К первой группе отнесены платные занятия в кружках, студиях, секциях художественного и технического творчества.

Ко второй – тематические праздники и представления, вечера отдыха и танцев, дискотеки, карнавалы, концерты и спектакли художественных коллективов, групп и отдельных исполнителей, аукционы, ярмарки, лотереи, детские утренники, новогодние представления, семейные торжества, обряды, ритуалы, праздничные поздравления, экскурсии, выставки и выставки-продажи.

К третьей – услуги обслуживающего характера: пошив костюмов, ремонт и наладка радиоаппаратуры и музыкальных инструментов, прокат сценических костюмов, культурного инвентаря, музыкальных инструментов, компакт-дисков, аудио- и видеокассет, звукоусилительной аппаратуры и оборудования.

К четвертой – туристское обслуживание, пользование аттракционами, игровыми автоматами, персональными компьютерами, продажа билетов (абонементов) на культурно-массовые мероприятия.

К пятой – услуги библиотечного и музейного обслуживания: фото, ксерокопирование, микрофильмирование (книг, брошюр, газет, журналов, музейных экспонатов, документов из фондов библиотек и музеев), составление библиографических списков и справок по запросам читателей, обслуживание частных библиотек, перевод литературы, доставка книг на дом или к месту работы, продажа рекламных и сувенирных изданий.

К шестой группе отнесены различные виды культурно-бытового обслуживания населения, организация коллективных и семейных мероприятий, оформление помещений, зданий по индивидуальным заказам организаций, предприятий.

В зависимости от количественного состава потребителей платные услуги подразделяются на *персональные* и *коллективные*. Потребителями первой группы выступают физические лица, другой – коллективы.

В соответствии с периодичностью получения услуги принято различать услуги продленного пользования, кратковременного пользования, услуги-действия. Так, организуя платные студии или кружки, учреждение рассчитывает на цикл посещений, т. е. оказывает *услугу продленного пользования*. Выдача на прокат видеокассет или компакт-дисков, оказание консультаций – *услуги кратковременного пользования*. *Услугами-действиями* будет считаться проведение по заявкам вечеров, юбилеев и т. д.

Результатом целенаправленной деятельности учреждения культуры, ориентированной на конструирование и продвижение услуг, является **культурный продукт** (первичный и вторичный) [58].

Первичный продукт представляет собой материальные и нематериальные блага, которые предлагаются потребителю в реальном виде. *Вторичный*

продукт – копии первичных благ, а также результат преобразования нематериального продукта в материальный, например, видео- и аудиозаписи, репродукции, слайды и др.

Целями производства вторичного продукта являются не только популяризация первичных благ, но и продвижение учреждения на рынке культурных услуг, а также привлечение дополнительных финансовых средств.

Разнообразие культурной продукции находится в прямой зависимости от **задач**, которые решаются учреждениями сферы культуры. Если раньше задачи сводились преимущественно к удовлетворению духовных потребностей и развитию творческих способностей населения, то в настоящее время к ним добавились определенные стратегические задачи, такие как обеспечение роста социально-экономических показателей регионов и республики в целом.

Сегодня **система платных услуг в сфере культуры** существует в каждой стране. Маркетинг позволяет получить объективную информацию о том, какие культурные услуги и почему интересуют различные слои населения, за какие из предложенных услуг потребители готовы заплатить определенную сумму, за счет введения каких услуг можно улучшить финансовое положение учреждения.

Развитие платных услуг в сфере культуры, увеличение доходов от их оказания приобрели важное значение в деятельности отрасли в последние годы. За это время значительно активизировалась работа по совершенствованию форм и методов культурного обслуживания населения, расширению видов платных услуг и творческому поиску новых форм работы с населением [19; 36; 53; 68].

В разрезе видов платных услуг наибольшими темпами роста отмечаются показы спектаклей и концертных программ, посещения театров, музеев и выставок. Среди услуг районных учреждений культуры существует тенденция увеличения количества танцевальных вечеров, вечеров отдыха, тематических вечеров, праздников, концертов, развлекательных программ, занятий в кружках, студиях, любительских клубах, объединениях по интересам и т. д.

Расширился круг платных услуг, востребованных молодежью, как развлекательных, так и информационно-познавательных. Введены новые виды культурно-просветительной работы в библиотеках и музеях.

В практику все больше внедряются формы культурно-досуговой деятельности, основанные на применении компьютерной техники и аудиовизуальных средств.

В целях соблюдения установленных прогнозных показателей по темпу роста платных услуг отрасли культуры, увеличения объемов платных услуг в учреждениях культуры принимаются меры по установлению удобного для посетителей режима работы, обеспечению систематической рекламы и информирования населения о проведении культурных мероприятий.

Темп роста объемов платных услуг в сфере культуры свидетельствует об активности учреждений культуры по оказанию платных услуг населению. Одним из

главных факторов роста объемов платных услуг в сфере культуры является непрерывное расширение их спектра.

Усиление конкуренции в сфере предоставления культурных продуктов и социально-культурных услуг, улучшение инфраструктуры, открытие новых объектов актуализируют задачи разработки и внедрения платных услуг населению, определяют целесообразность использования инновационных подходов к управлению организациями сферы культуры.

1.2. Виды платных услуг в сфере культуры

Сфера культуры Республики Беларусь отличается большим разнообразием учреждений культуры различного профиля, каждое учреждение культуры оказывает платные услуги населению. Аналитический обзор позволяет выявить, какие из них характерны для различных типов учреждений [3; 10; 50; 59; 65].

Клубные учреждения оказывают следующие виды платных услуг:

организация и проведение:
концертов народных и образцовых коллективов художественной самодеятельности;

юбилеев, торжеств, праздников;

народных обрядов;

торжественной регистрации брака;

дней профессионального мастерства;

театрализованных представлений;

танцевальных вечеров и вечеров отдыха;

игровых, развлекательных программ, утренников;

новогодних поздравлений Деда Мороза и Снегурочки;

звукоусиление и музыкальное оформление культурных мероприятий;

разработка сценариев культурных мероприятий;

ксерокопирование и др.

К наиболее распространенным видам платных услуг, оказываемых библиотеками, относятся:

выдача книг и печатных изданий:

из читального зала (ночной абонемент (с 18.00 до 00.00), абонемент выходного дня);

с абонемента популярной (актуальной) литературы;

использование электронных книжных баз;

информационно-библиографическое обслуживание:

составление библиографического списка по индивидуальному запросу;

редактирование библиографического списка литературы с библиографической доработкой;

выполнение сложных тематических запросов;

компьютерные услуги;

предоставление доступа в Интернет;

помощь консультанта при работе в Интернете;

поиск информации в Интернете (по заявке пользователей);

предварительный заказ на поиск в сети Интернет;

предоставление компьютерного времени без выхода в Интернет;

отправка электронной почты;

набор текста на компьютере;

редактирование текста;

печать текста, иллюстраций;

сканирование;

перенос информации на электронные носители;

перевод с помощью «электронного переводчика» и др.

К наиболее распространенным видам платных услуг, оказываемых в детских музыкальных школах, детских школах искусств относятся:

обучение игре на музыкальных инструментах;

курсы игры на музыкальных инструментах;

запись музыкальных фонограмм;

концерты художественной самодеятельности;

ксерокопирование документов;

сканирование документов;

распечатка информации из электронных баз данных на принтере.

Дома ремесел оказывают следующие платные услуги:

обучающие курсы:

соломоплетения;

инкрустации соломкой;

бисероплетения;

росписи по дереву и ткани;

традиционной белорусской вышивке;

резьбы по дереву и т.д.;

изготовления сувенирной продукции;

оформительских услуг;

праздничного украшения залов;

мастер-классы;
организация выставок и выставок-ярмарок.

Наиболее распространенные платные услуги, оказываемые театрами и концертными организациями:

билеты на спектакль;
дневной спектакль по льготной цене;
детские спектакли;
спектакли на малой сцене;
выездной спектакль;
праздничный концерт;
экскурсия по музею театра;
экскурсия по театру;
проведение тематических вечеров;
праздничный концерт;
продажа печатных программ и буклетов мероприятия;
прокат сценических костюмов;
предоставление помещений театра для проведения торжеств, юбилеев, выпускных вечеров;
услуги звукорежиссера, светорежиссера, ведущего (конферансье);
предоставление зрительного зала гастрольным коллективам для проведения концертных программ;
написание сценария;
режиссура и организация городских праздничных мероприятий;
занятия в театральной студии;
экспресс-фото и др.

Основными платными услугами музеев являются:

экскурсионное обслуживание;
посещение экспозиций без экскурсионного обслуживания;
проведение досуговых, культурно-просветительских мероприятий и программ;
проведение конференций, семинаров, круглых столов, фестивалей и иных культурных мероприятий;
проведение концертов;
проведение театрализованных представлений;
проведение занятий по специализированным музейным программам;
фотосъемка; видеосъемка и др.

1.3. Нормативные правовые акты, регулирующие вопросы оказания платных услуг

Деятельность учреждений культуры по оказанию платных услуг регламентируется *следующими нормативными правовыми актами:*

Кодексом Республики Беларусь о культуре от 20 июля 2016 г. № 413-3;

Законом Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. № 57-3 «О бухгалтерском учете и отчетности» (в редакции Закона Республики Беларусь от 17 июля 2017 г. № 57-3);

Законом Республики Беларусь от 5 мая 1999 г. № 250-3 «О научно-технической информации»;

Законом Республики Беларусь от 10 мая 1999 г. № 255-3 «О ценообразовании» (в редакции Закона Республики Беларусь от 11 июля 2014 г. № 192-3);

Законом Республики Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-3 «О защите прав потребителей» (в редакции Закона Республики Беларусь от 13 июня 2018 г. № 111-3);

Законом Республики Беларусь от 10 ноября 2008 г. № 455-3 «Об информации, информатизации и защите информации» (в редакции Закона Республики Беларусь от 11 мая 2016 г. № 362-3);

Законом Республики Беларусь от 17 мая 2011 г. № 262-3 «Об авторском праве и смежных правах» (в редакции Закона Республики Беларусь от 15 июля 2019 г. № 216-3);

Указом Президента Республики Беларусь от 25 февраля 2011 г. № 72 «О некоторых вопросах регулирования цен (тарифов) в Республике Беларусь» (в редакции Указа Президента Республики Беларусь от 24 мая 2018 г. № 199);

Указом Президента Республики Беларусь от 14 апреля 2011 г. № 145 «О некоторых вопросах налогообложения в сферах культуры и информации» (в редакции Указа Президента Республики Беларусь от 31 октября 2019 г. № 411);

Гражданским кодексом Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г. № 218-С (в редакции Закона Республики Беларусь от 29 июня 2020 г. № 33-3);

Налоговым кодексом Республики Беларусь (Особенная часть) от 29 декабря 2009 г. № 71-С (в редакции Закона Республики Беларусь от 29 декабря 2020 г. № 72-3);

Положением об использовании кассового и иного оборудования при приеме средств платежа, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь и Национального банка Республики Беларусь от 6 июля 2011 г. № 924/16» (в редакции постановления Совета Министров Республики Беларусь и Национального банка Республики Беларусь от 15 мая 2020 г. № 290/11);

Постановлением Национального статистического комитета Республики Беларусь от 11 июля 2016 г. № 88 «Об утверждении форм государственной статистической отчетности 4-ун «Отчет об объеме платных услуг населению и указаний

по ее заполнению» (в редакции постановления Национального статистического комитета Республики Беларусь от 11 октября 2019 г. № 105);

Правилами оказания услуг по показу фильмов, утвержденными постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 25 мая 2007 г. № 684 (в редакции постановления Совета Министров Республики Беларусь от 13 января 2017 г. № 25);

Инструкцией о порядке планирования средств бюджета, выделяемых на производство фильмов и отдельным организациям в рамках их поддержки, утвержденной постановлением Министерства культуры Республики Беларусь от 21 октября 2010 г. № 41 (в редакции постановления Министерства культуры Республики Беларусь от 15 августа 2019 г. № 41);

Инструкцией о порядке создания производственно-финансового плана государственной театрально-зрелищной организации и государственной организации кинематографии, осуществляющих производство фильмов, в части ее подразделения, занятого театральной деятельностью, утвержденной постановлением Министерства культуры Республики Беларусь от 21 октября 2010 г. № 41 (в редакции постановления Министерства культуры Республики Беларусь от 15 августа 2019 г. № 41);

Инструкцией о порядке составления и представления бухгалтерской отчетности по средствам бюджетов и средствам от деятельности, приносящей доходы бюджетным организациям, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 10 марта 2010 г. № 22 (в редакции постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 2 мая 2018 г. № 31);

Приказом Министерства культуры Республики Беларусь от 14 января 2008 г. № 15 «Об утверждении перечня видов деятельности, доходы от осуществления которых поступают на текущие счета по внебюджетным средствам и после налогообложения остаются в распоряжении подчиненных Министерству культуры учреждений, финансируемых из бюджета».

За последнее время нормативно-правовая база республики значительно обновилась. Большая часть нормативных правовых актов претерпела ряд новых редакций и изменений. Некоторые документы утратили свою юридическую силу, а вместо них были введены новые.

В целях стимулирования культурной деятельности, а также благотворительной деятельности и предоставления безвозмездной (спонсорской) помощи в сферах культуры и информации Указом Президента Республики Беларусь от 14 апреля 2011 г. № 145 «О некоторых вопросах налогообложения в сферах культуры и информации» (в редакции Указа Президента Республики Беларусь от 31 октября 2019 г. № 411) предусмотрен целый ряд льгот.

Утвержден перечень услуг в сфере культуры, обороты по реализации которых на территории Республики Беларусь освобождаются от налога на добавленную

стоимость (прил. 2), согласно которому от налога на НДС освобождены услуги:

- по показу спектаклей, цирковых представлений, цирковых номеров и аттракционов;
- по проведению концертов;
- по организации выступлений коллективов художественного творчества и отдельных исполнителей в культурно-зрелищных мероприятиях;
- по организации концертов, спектаклей, фестивалей, выставок, конкурсов, ярмарок, в том числе по договорам поручения, комиссии и другим посредническим договорам;
- по выступлению коллективов художественного творчества и отдельных исполнителей в культурно-зрелищных мероприятиях;
- услуги по демонстрации и прокату фильмов;
- услуги по продаже билетов, абонементов на посещение культурных мероприятий.

При этом в Указе термин «культурное мероприятие» имеет значение, определенное Кодексом Республики Беларусь о культуре (далее – Кодекс о культуре) – мероприятие по публичному созданию, исполнению, показу, распространению и (или) популяризации результатов творческой деятельности, а также по публичному показу (показу), распространению и (или) популяризации культурных ценностей.

Согласно Кодексу о культуре к культурным мероприятиям относятся культурно-зрелищное мероприятие, кинематографическое мероприятие, фестиваль, конкурс, выставка, смотр, мастер-класс, конференция, пленэр, семинар, форум, акция и другие мероприятия.

От уплаты налога на НДС Указом освобождены:

услуги музеев, художественных картинных и художественных галерей, галерей искусств, выставочных залов, панорам и прочих выставочных организаций в сфере культуры, в том числе услуги:

- по демонстрации, оформлению экспозиций и выставок;
- по проведению экскурсий;
- по проведению консультаций и экспертиз по атрибуции и оценке предметов, имеющих историческую и культурную ценность (кроме предметов, содержащих драгоценные металлы и камни);

услуги клубных организаций, услуги, оказываемые на территории парков, в том числе:

- по проведению и демонстрации экспозиций и выставок;
- по разработке сценариев, организации и проведению праздников, торжеств по заявкам организаций и граждан;
- по пользованию аттракционами;

услуги, оказываемые на территории ботанических садов, зоопарков, зоосадов, зверинцев, заповедников, национальных парков, заказников:

по показу растений и животных;
по проведению экскурсий.

При этом под парками понимаются озелененные территории для осуществления развлекательных функций через предоставление на этой территории благоприятных условий для отдыха и развлечения физических лиц. Освобождение в отношении услуг по пользованию аттракционами, согласно Указу, не ограничивается детскими аттракционами и может применяться учреждениями культуры клубного типа, а также при оказании таких услуг на территории парков. Услуги по организации досуга детей в детской комнате (игровой комнате), оказываемых учреждениями культуры, не ограничиваются временем, отведенным на проведение мероприятий для взрослых;

услуги библиотек физическим лицам:

по подбору, поиску и выдаче документов;
по поиску информации в базах данных;
по прослушиванию аудиозаписей, просмотру видеозаписей из фондов библиотек;

услуги организаций культуры, услуги, оказываемые на территории парков, заповедников, национальных парков, заказников:

по организации и проведению обрядовых мероприятий;
по организации и проведению вечеров отдыха, дискотек;
по организации и проведению театрализованных праздников, массовых гуляний, карнавалов, утренников, семейных торжеств;
по организации и проведению новогодних елок и викторин;

услуги организаций культуры:

по проведению занятий, в том числе в студиях, клубах по интересам, кружках;
по проведению семинаров и лекториев культурологической направленности;
по проведению кинолекториев, встреч с деятелями культуры и искусства, представителями творческой интеллигенции, ветеранами;
по участию в семейных торжествах коллективов художественного творчества и отдельных исполнителей (исполнители, не входящие в состав коллектива художественного творчества);
по организации досуга детей в детской комнате (игровой комнате).

Также данным Указом утверждён *Перечень видов деятельности, относимых к культурной деятельности.*

Согласно п. 1.71. ст. 94 Налогового кодекса Республики Беларусь (Особенная часть) освобождены от налога на добавленную стоимость обороты по реализации на территории Республики Беларусь организациями культуры:

программ (буклетов) о культурно-зрелищных мероприятиях, каталогов (буклетов), открыток, содержащих информацию о музеях (выставках);
имущественных прав на объекты авторского права и смежных прав;
работ по производству фильмов;
работ по тиражированию фильмов и аудиозаписей;
вспомогательных работ, выполняемых на технологической основе кинематографии при производстве фильмов;
работ по реставрации фильмов;
работ по созданию музейных каталогов;
работ по изготовлению копий с музейных предметов и с документов из фондов музеев;
работ по составлению библиографических списков и справок;
работ по составлению каталогов книг, печатных средств массовой информации, рукописей, архивных документов, художественных коллекций;
работ по изготовлению копий документов из фондов библиотек.

В соответствии с действующим законодательством Республики Беларусь учреждения культуры самостоятельно устанавливают цены (тарифы) на платные услуги и продукцию, включая цену на входные билеты. Исключение составляют случаи, когда законодательством предусматривается государственное регулирование цены (тарифов) на отдельные виды продукции, товаров и услуг. Поскольку платные услуги, оказываемые учреждениями культуры, не входят в Перечень товаров (работ, услуг), цены (тарифы) на которые регулируются государственными органами, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 17 января 2014 г. № 35, то государственное регулирование на них не распространяется.

РАЗДЕЛ 2. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ ПО ОКАЗАНИЮ ПЛАТНЫХ УСЛУГ

2.1. Основные аспекты реализации платных услуг учреждениями культуры

Платные услуги предоставляются учреждениями культуры физическим и юридическим лицам **с целями:**

- реализации их права на удовлетворение дополнительных потребностей;
- повышения качества эффективности использования материальных ресурсов;
- получения дополнительных финансовых средств из внебюджетных источников;
- укрепления материально-технической базы учреждений;
- материального поощрения работников учреждений.

Номенклатура платных услуг составляется с учетом основной деятельности, финансируемой из бюджета, потребительского спроса и возможностей отдельно-го учреждения. Она периодически корректируется в зависимости от состояния рыночной конъюнктуры.

Перечень платных услуг, оказываемых учреждениями культуры, определяется Общегосударственным классификатором Республики Беларусь «Виды экономической деятельности» (ОКРБ 005-2011) (прил. 2). Данный технический нормативный акт гармонизирован со Статистическим классификатором СК 27.005-2015 «Платные услуги населению», который применяется для классификации и кодирования информации о платных услугах населению при организации и проведении государственных статистических наблюдений (прил. 3).

Перечень дополнительных платных услуг определяется учреждением самостоятельно в пределах перечня видов деятельности, утвержденного приказом Министерства культуры Республики Беларусь от 14 января 2008 г. № 15 «Об утверждении перечня видов деятельности, доходы от осуществления которых поступают на текущие счета по внебюджетным средствам и после налогообложения остаются в распоряжении подчиненных Министерству культуры учреждений, финансируемых из бюджета».

Платные услуги для юридических лиц оказываются учреждениями культуры на основании договора возмездного оказания услуг.

Согласно законодательству учреждение культуры самостоятельно определяет перечень платных услуг и сроки их введения (примерный перечень платных услуг в прил. 6).

Следует учитывать, если учреждение культуры планирует осуществлять платную деятельность, на которую в соответствии с законодательством Республики Беларусь требуется лицензия, то право осуществлять такую деятельность

возникает у учреждения только с момента ее получения и прекращается по истечении срока ее действия, если иное не установлено законодательством.

Планируя введение тех или иных платных услуг необходимо, прежде всего, изучить спрос на них и определить предполагаемый контингент (целевые группы), ориентированный на потребление данной услуги. Для этого следует организовать **мониторинг** существующих на рынке платных услуг новых видов, с учетом потенциально возможных для реализации (с целью выявления потребностей и предпочтений потребителей).

Предоставление платных услуг осуществляется **на основании договоров**, заключаемых в порядке, предусмотренным Гражданским кодексом Республики Беларусь. В договоре регламентируются условия и сроки предоставления услуг, их стоимость, порядок расчетов, права, обязанности и ответственность сторон (прил. 8).

В соответствии со статьей 733 Гражданского кодекса Республики Беларусь по договору возмездного оказания услуг одна сторона (исполнитель) берет на себя обязательства по заданию другой стороны (заказчика) оказать услуги, а заказчик берет на себя обязанности оплатить эти услуги в сроки и в порядке, предусмотренными законодательством или договором возмездного оказания услуг.

Письменные договоры на оказание платных услуг должны быть завизированы должностными лицами, имеющими соответствующие полномочия, и подписаны руководителем учреждения культуры, который несет ответственность перед потребителем за неисполнение или ненадлежащее исполнение условий договора.

Договор может заключаться как по одноразовому, так и по долгосрочному запросу юридического лица. По факту оказания услуги составляется акт выполненных работ.

Расчет наличными деньгами за платные услуги, оказываемые населению учреждением культуры должен осуществляться в соответствии с требованиями постановления Совета Министров Республики Беларусь и Национального банка Республики Беларусь от 6 июля 2011 г. № 924/16 «Об использовании кассового и иного оборудования при приеме средств платежа».

Ответственность за организацию, осуществление и качество платных услуг несут руководитель учреждения культуры и работники, которые непосредственно оказывают платные услуги. Методической поддержкой руководителю учреждения культуры в процессе планирования алгоритма создания и реализации платной услуги может стать подготовленная нами *Матрица разработки платной услуги* (прил. 7).

Для того чтобы осуществлять деятельность по оказанию населению платных услуг, необходимо должным образом **оформить документы**, предусмотренные законодательством. И прежде всего – утвердить перечень платных услуг для данного учреждения в соответствии с его уставной деятельностью. При расши-

рении или ином изменении видов платных услуг, оказываемых учреждением, в перечень в установленном законодательством порядке вносятся изменения.

При этом учреждение обязано своевременно **предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию** об оказываемых платных услугах, в соответствии с Законом Республики Беларусь «О защите прав потребителей».

При необходимости учреждение может корректировать ранее установленные цены на платные услуги. Это возможно в случаях изменения нормативных правовых актов, регулирующих вопросы ценообразования и налогообложения, а также при наличии четкого обоснования (увеличение затрат на оказание услуг, изменение системы, форм и размеров оплаты труда работников, занятых оказанием конкретной платной услуги).

Для привлечения посетителей и увеличения контингента (целевых групп) учреждения культуры могут устанавливать **льготы**: например, для детей дошкольного возраста, учащихся, инвалидов, военнослужащих и иных категорий (в частности, музеи для музейных работников и т.д.).

В **приказе**, утвержденном руководителем учреждения, отражаются виды и размер льгот, а также условия и время их предоставления, перечисляются документы, на основании которых предоставляются льготы.

Информация о порядке посещения на льготных условиях платных мероприятий размещается в доступных для посетителей зонах зданий учреждений культуры, а также направляется в СМИ для информирования населения.

2.2. Маркетинг и электронный Public Relations как эффективные инструменты для привлечения потребителей и расширения рынка платных услуг в сфере культуры

Рассмотрению платных услуг в структуре маркетинга учреждений культуры посвящены работы таких авторов, как Н. А. Ажойчик, Ф. Колбер, Е. А. Макарова, Л. Нилова, В. Е. Новаторов, Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова и др. [2; 21; 37; 40; 42; 58; 65].

Внедрению маркетинговых технологий в работу учреждения культуры должно предшествовать изучение актуальных аспектов маркетинговой деятельности, которое начинается с анализа системы маркетинговых отношений.

Под **маркетинговым подходом** в сфере культуры понимается ориентация деятельности учреждения культуры на удовлетворение потребностей потребителей культурных услуг.

На основе **маркетингового анализа** дается прогноз развития спроса, предложения и их соотношения (конъюнктура), оценивается положение учреждения

культуры среди конкурентов его услуг по отдельным сегментам рынка, осуществляется выбор наиболее перспективных сегментов, выстраивается и реализуется оптимальная стратегия учреждения.

Как показывает опыт стран с развитой социальной сферой, значение маркетинга в деятельности организаций, оказывающих услуги в области культуры, неуклонно возрастает. Объясняется это целым рядом причин, в том числе расширением объема и большим разнообразием оказываемых услуг; увеличением информационных потоков между государственными и негосударственными организациями, оказывающими данные услуги, с одной стороны, и потребителями этих услуг – с другой; усложнением структуры потребностей населения и ростом запросов, предъявляемых к учреждениям культуры.

Переход к маркетинговой стратегии означает переориентацию всех направлений деятельности учреждения на возможности конкретного покупателя или пользователя.

Маркетинговое управление представляет собой определенный образ мышления в управлении учреждением культуры, главная специфика которого – ориентация на требования рынка культурных услуг.

К *основным принципам маркетингового управления* в сфере культуры относят: тщательное и всестороннее изучение рынка социально-культурных услуг исходя из имеющихся потребностей и предпочтений потребителей;

целенаправленное воздействие на рынок социально-культурных услуг в целях формирования платежеспособного спроса на определенные виды услуг;

приспособление текущей деятельности учреждения к требованиям рынка;

разработка и внедрение таких видов социально-культурных услуг, которые отвечают потребительским предпочтениям населения.

Вместе с тем, применение маркетинга в сфере культуры предполагает наличие ряда *условий*, выполнение которых делает возможным полноценное использование концепции маркетинга и маркетинговых технологий в сфере культуры, а именно: знание рынка потребителей социально-культурных услуг, их нужд и запросов в сфере досуга.

Для учреждений культуры использование маркетингового подхода означает разработку, реализацию и оценку инновационных технологий социально-культурной и культурно-просветительской деятельности посредством изучения требований потенциальных потребителей в сфере и на территории, охватываемой деятельностью каждой конкретной организации.

Активное внедрение маркетинговых подходов позволяет наиболее эффективно решать задачи не только организаций, главной целью которых является получение прибыли, но и учреждений культуры, созданных для удовлетворения социально-культурных потребностей населения. Оно предполагает реализацию определенной **маркетинговой стратегии**, берущей на себя функцию оптимизации деятель-

ности данных организаций. Этим самым обеспечивается гармонизация интересов между учреждениями культуры и частью населения, которая ими обслуживается.

Основная цель маркетинга в сфере культуры – способствовать наиболее полному удовлетворению потребностей потребителя и получению максимального социального эффекта для общества в целом.

Маркетинг в сфере культуры обеспечивает продвижение культурного продукта на рынок и исследует культуру как фактор *макро-* и *микросреды*. Он обладает специфическими особенностями, которые трансформируют весь комплекс маркетинга и оказывают серьезное влияние на выбор технологий маркетинга, в том числе на пристальное внимание к качеству и количеству предоставляемых услуг в сфере культуры.

При планировании и реализации услуг в сфере культуры основной акцент делается не столько на получение от них максимальной прибыли, сколько на получение максимального социального эффекта.

Среди *задач*, решение которых возможно благодаря применению технологий маркетинга в социально-культурной сфере, можно выделить три основные группы:

рост надежности услуг в сфере культуры, оказываемых потребителям, по наиболее значительным для них свойствам услуг, например качество, цена, место, квалификация и др.

повышение конкурентоспособности учреждений культуры на основе систематической реализации планов маркетинга;

безопасность обслуживания потребителей, что подразумевает наличие не только физической безопасности при удовлетворении спроса на услуги, но и безопасность экономическую, общественную, экологическую и пр.

Центральным при этом является определение потребности населения в различных видах социокультурных услуг, что характеризуется уровнем его культуры и личностными характеристиками. На основе их учета предполагается расширение номенклатуры и объема оказываемых услуг в сфере культуры.

Применение учреждениями культуры всего комплекса технологий маркетинга позволит не только повысить качество предоставляемых услуг в отдельно взятой организации, но и на конкретном сегменте рынка, что даст возможность в наибольшей степени соответствовать потребностям населения.

Деньги в сфере культуры зарабатываются преимущественно не на коммерции, а на привлекательности. Учреждения культуры могут быть привлекательными только при двух **условиях**:

первое – коммерческая или имиджевая привлекательность для нужд рекламы, PR донора;

второе – престижность, подтверждение или продвижение социального статуса донора.

Для того чтобы привлечь дополнительные финансовые средства в учреждение культуры, оно должно стать привлекательным и престижным. Чтобы обеспечить это, необходимо определить модель поведения при выборе концепции позиционирования учреждения культуры. Формирование и продвижение его привлекательного имиджа неотделимы от полномасштабных **Public Relations** [61].

Особенно эффективным инструментом для достижения этой цели является *электронный Public Relations* [64], который базируется на процессе интерактивного взаимодействия учреждения культуры с потенциальным потребителем платных услуг и способствует ведению диалога с целевой аудиторией. Главная цель электронного Public Relations заключается в выстраивании взаимоотношений учреждения культуры со всеми онлайн-аудиториями. Поэтому для определения потребностей потенциальных потребителей платных услуг и поддержания интерактивности в имеющем отношении к учреждению культуры секторе рынка важно использование дискуссионных групп по интересам для вовлечения аудиторий в онлайн-сообщество потребителей культурных услуг.

Для формирования положительного имиджа учреждения культуры можно воспользоваться онлайн-информационными бюллетенями, в которые может быть включена следующая информация: новости учреждения общего характера, приглашение к участию в социокультурных проектах, планы и анонсы будущих культурных мероприятий и т.д.

Кроме того, электронный Public Relations может использоваться для укрепления взаимоотношений учреждения культуры с внешними аудиториями: потенциальными потребителями культурных услуг, журналистами, заказчиками и инвесторами. Выстраивание и поддержание положительного имиджа учреждения культуры с помощью электронного Public Relations – подходящий способ обратить на себя внимание онлайн-аудиторий.

В сфере культуры, как ни в какой другой, по мере удовлетворения потребностей потребителей проявляется *закон роста и взаимосвязи их интересов, спроса и потребления*.

Основы функционирования учреждений культуры заложены в трактовке понятия «культурная деятельность».

Согласно статье 65 Кодекса Республики Беларусь о культуре от 20 июля 2016 г. № 413-З «культурная деятельность» – это деятельность по созданию, восстановлению (возрождению), сохранению, охране, изучению, популяризации, использованию и распространению культурных ценностей, эстетическому воспитанию, организации культурного отдыха (свободного времени) населения. (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 02.08.2016, 2/2412).

Сегодня культурная деятельность является средством использования свободного времени различными группами населения, сферой приложения усилий многочисленных общественных организаций и инициатив.

Учреждения культуры различаются между собой в зависимости от **формы передачи конечного продукта** – создаваемой интеллектуальной собственности [58]:

1. *Постоянная* (статичная) форма передачи интеллектуальной собственности:
 - а) живопись;
 - б) литература;
 - в) выставки;
2. *Динамичная* форма передачи интеллектуальной собственности:
 - а) звуковая (музыка, театр, эстрада);
 - б) зрительная (театр, кинематография);
 - г) компьютерная (Интернет).

Отталкиваясь от конечного продукта или услуги, которую производит (оказывает) учреждение культуры, и представляя его реальные возможности в процессе осуществления своей деятельности, можно непосредственно рассмотреть интересные способы и принципы проведения маркетинга в сфере культуры. Следует отметить, что нормативное правовое регулирование учреждений культуры соответствует законодательному полю, регулирующему деятельность некоммерческих организаций.

Согласно статье 46 Гражданского Кодекса Республики Беларусь «*некоммерческая организация*» – это организация, не имеющая в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и не распределяющая полученную прибыль между участниками.

Согласно действующему законодательству некоммерческие организации могут создаваться для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, для удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ.

В Беларуси существует около двадцати видов форм некоммерческих организаций. Некоторые из них имеют сходные функции. Основные формы некоммерческих организаций установлены в параграфе 5 главы 4 Гражданского Кодекса Республики Беларусь.

Специфическую деятельность других некоммерческих организаций регулируют также Закон Республики Беларусь «Об общественных объединениях» от 4 октября 1994 г. № 3254-ХІІ, согласно которому общественные объединения и союзы могут осуществлять деятельность по управлению имущественными правами авторов или иных правообладателей на коллективной основе в порядке, установленном законодательством.

В целях развития творческой деятельности и укрепления материальной базы ассоциации общественных объединений «Белорусская конфедерация творческих союзов», творческих союзов Республики Беларусь и их фондов и учитывая их

социальную значимость в сфере культуры Указом Президента Республики Беларусь от 9 июля 2001 г. № 374 «О налогообложении» установлено, что обороты по реализации товаров (работ, услуг) творческих союзов освобождаются от налога на добавленную стоимость, а валовая прибыль этих организаций – от налога на прибыль.

Таким образом, учреждения культуры, выступающие в форме некоммерческих организаций, финансирование которых, вследствие отсутствия мотива получения прибыли, возложено на общественные институты, являются составной частью национальной экономики. Однако специфика функционирования отрасли культуры в рыночной среде заключается в том, что экономические модели рыночной экономики, способные эффективно работать в сфере материального производства, в чистом виде не являются пригодными для сферы культуры.

В силу наличия информационной асимметрии на рынке культурных услуг организации культуры активно используют **социальный маркетинг** (вид маркетинга, направленного на формирование общественных ценностей), который нацелен не только на стимулирование потребления, но и на подготовку самого потребителя [42]. Последнее особенно важно для сферы культуры, где категория информации приобретает более широкий контекст, включающий не только данные о товарах и услугах, но и возможность приобщения к искусству, благодаря чему спрос на продукцию сферы культуры быстро возрастает.

Применение социального маркетинга дает возможность организациям культуры стимулировать потребление общественных благ у различных групп населения. Доступ к общественным благам всех групп населения, независимо от уровня доходов, не позволяет в большинстве случаев производителям устанавливать на общественные блага такие цены, которые обеспечивали бы прибыль. В результате доходы от выпуска общественных благ могут не покрывать всех расходов, связанных с их производством.

Поскольку большинство услуг учреждений культуры относится к общественным благам, такие организации не могут находиться на самофинансировании и требуют государственных субсидий.

Последние годы в Беларуси сфера платных услуг развивается достаточно быстрыми темпами, поскольку для этого имеются предпосылки и ресурсы.

Основными предпосылками являются развитость экономической и социально-культурной сфер в Республике Беларусь, коммерциализация досуга, увеличение платежеспособного спроса населения на платные услуги и создание на рынке платных услуг в сфере культуры конкурентной ситуации.

Одним из важнейших принципов в развитии платных услуг в сфере культуры становится принцип комплексности услуг, взаимодействия платных услуг с индустрией развлечений, спорта и образовательных услуг.

2.3. Формирование цен (тарифов) на платные услуги учреждений культуры

В соответствии с Законом Республики Беларусь от 10 мая 1999 г. № 255-3 «О ценообразовании» (в редакции Закона Республики Беларусь от 11 июля 2014 г. № 192-3) денежным вознаграждением стоимости единицы услуги является **тариф**. Согласно законодательству Республики Беларусь на товары (работы, услуги), за исключением случаев, предусмотренных настоящим Законом, применяются свободные цены (тарифы).

Учреждения культуры формируют цены (тарифы) на работы (товары, услуги) самостоятельно, если иное не установлено законодательством. Цены (тарифы) на товары (работы, услуги) должны быть *экономически обоснованы и подтверждены* соответствующими расчетами. Экономические расчеты и иные документы, обосновывающие уровень цен (тарифов), утверждаются руководителем учреждения культуры и хранятся на бумажных носителях. Отпускные цены (тарифы), обоснованные экономическими расчетами, устанавливаются руководителем учреждения культуры и подтверждаются документально.

Тарифы на платные услуги учреждений культуры формируются *с учетом конъюнктуры рынка* на основе плановой себестоимости, налогов и налоговых платежей, прибыли и обосновываются соответствующими экономическими расчетами (калькуляцией с расшифровкой статьи затрат на выполнение услуг) согласно принятой учетной политике учреждения культуры.

Расчет себестоимости платной услуги производится по калькуляционным статьям за единицу услуги. **Калькуляция** осуществляется с учетом материальных и трудовых затрат, накладных расходов, налогов и иных обязательных платежей, предусмотренных действующим законодательством, а также обоснованной прибыли.

Для расчета себестоимости платной услуги **расходы учреждения культуры** делятся на прямые и косвенные (накладные). К *прямым расходам* относятся затраты, непосредственно связанные с оказанием платной услуги и потребляемые в процессе ее оказания. К ним относятся: оплата труда персонала, оказывающего платную услугу, начисления на оплату труда, материальные затраты, в которые включаются расходы на приобретение инвентаря и других расходных материалов, а также амортизация основных средств, используемых непосредственно при оказании платной услуги. К прямым могут быть отнесены и другие расходы, если они непосредственно связаны с оказанием платной услуги, например транспортные. К *косвенным (накладным) расходам* относятся те виды затрат, которые необходимы для оказания платной услуги, но которые нельзя прямо включить в себестоимость платной услуги.

Однако в себестоимость конкретной платной услуги косвенные расходы могут быть включены только пропорционально прямым расходам, приходящимся на данную услугу.

Калькуляции оформляются на бумажных носителях, утверждаются руководителем учреждения и подписываются главным бухгалтером, который несет ответственность за правильность обоснования тарифа на платную услугу. В состав тарифа на платную услугу учреждения культуры включаются налоги, предусмотренные действующим законодательством.

Перечень услуг учреждений культуры населению, обороты по реализации которых освобождаются от обложения налогом на добавленную стоимость, утвержден Указом Президента Республики Беларусь от 14 апреля 2011 г. № 145 «О некоторых вопросах налогообложения в сферах культуры и информации» (в редакции Указа Президента Республики Беларусь от 31 октября 2019 г. № 411) (прил. 4).

Плановая рентабельность от выполнения платной услуги планируется в зависимости от потребительского спроса, конкуренции, государственного регулирования ценообразования.

Повышение цен (тарифов) на платные услуги учреждений культуры осуществляется в порядке, определяемом действующим законодательством. Согласно номенклатуре платных услуг в учреждении культуры разрабатывается прейскурант цен (тарифов) с указанием даты его утверждения.

2.4. Планирование, учет и использование доходов, полученных от оказания платных услуг

В соответствии с Бюджетным кодексом Республики Беларусь от 16 июля 2008 г. № 412-3 (в редакции от 29 декабря 2020 г.) (далее – Бюджетный кодекс) учреждения культуры кроме уставной деятельности (бюджетной) вправе заниматься предпринимательской (внебюджетной) деятельностью, в том числе оказывать платные услуги населению. Лишь постольку, поскольку она необходима для их уставных целей, ради которых они созданы, соответствует этим целям и отвечает предмету деятельности организаций, либо поскольку она необходима для выполнения государственно значимых задач, предусмотренных их учредительными документами, соответствует этим задачам и отвечает предмету деятельности данных организаций.

Порядок формирования внебюджетных средств, осуществления расходов, связанных с приносящей доходы деятельностью, направления и порядок использования средств, остающихся в распоряжении бюджетной организации в соответствии с частью первой настоящего пункта, определяются Правительством Республики Беларусь.

Внебюджетные средства и приобретенное за счет их имущество учитываются на едином балансе.

По внебюджетным средствам бюджетные организации разрабатывают *показатели* осуществления приносящей доходы деятельности и составляют *сметы доходов и расходов* внебюджетных средств в соответствии с бюджетной классификацией Республики Беларусь.

Бюджетная организация открывает *текущий (расчетный) банковский счет по учету внебюджетных средств*. При этом текущий (расчетный) банковский счет по учету внебюджетных средств в иностранной валюте открывается в том банке, в котором бюджетной организации открыт текущий (расчетный) банковский счет по учету внебюджетных средств в белорусских рублях.

Порядок составления, рассмотрения и утверждения смет доходов и расходов внебюджетных средств бюджетных организаций, а также внесения в них изменений и (или) дополнений устанавливается Министерством финансов.

Бухгалтерская отчетность по внебюджетным средствам составляется в соответствии с бюджетной классификацией Республики Беларусь в порядке и по формам, установленным Министерством финансов.

Контроль за формированием и использованием внебюджетных средств бюджетных организаций осуществляется вышестоящим органом, а также органами, обеспечивающими контроль за исполнением республиканского и местных бюджетов, в порядке, установленном Бюджетным Кодексом и иными законодательными актами.

Незаконное получение, нецелевое использование внебюджетных средств, а также использование внебюджетных средств с нарушением бюджетного законодательства влекут применение норм ответственности, предусмотренных Бюджетным кодексом за незаконное получение, нецелевое использование средств бюджета, а также использование средств бюджета с нарушением бюджетного законодательства.

Планирование, учет и использование доходов, полученных учреждением культуры от оказания платных услуг населению, выполняются в соответствии с *Положением о порядке формирования внебюджетных средств, осуществления расходов, связанных с приносящей доходы деятельностью, направлениях и порядке использования средств, остающихся в распоряжении бюджетной организации*, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 19 июля 2013 г. № 641 (в редакции от 30.10.2020 г.) (далее – Положение № 641) (прил. 5).

При исчислении налогов от приносящей доходы деятельности учреждения культуры руководствуются Налоговым кодексом Республики Беларусь (Особенная часть) от 29 декабря 2009 г. № 72-3 (в редакции от 29.12.2020 г.) (прил. 1).

Внебюджетные средства, получаемые учреждениями культуры от оказания платных услуг населению, отражаются в смете доходов и расходов внебюджетных

средств бюджетных организаций на соответствующий финансовый год (далее – смета) и отчетности по ним в разрезе источников доходов (подразделов доходов, установленных в классификации доходов бюджета, утверждаемой Министерством финансов).

Расходы учреждения культуры по выполнению функций и решению государственно значимых задач, определенных законодательством, а также расходы по осуществлению приносящей доходы деятельности подлежат *раздельному учету* и должны финансироваться за счет средств бюджета и внебюджетных средств соответственно. При этом расходы, связанные с осуществлением учреждением культуры предпринимательской деятельности, включают затраты по производству и реализации товаров (работ, услуг) и производятся: в пределах денежных поступлений внебюджетных средств отдельно по каждому источнику доходов.

При недостаточности фактических поступлений внебюджетных средств по одному источнику доходов для восстановления расходов бюджета могут использоваться средства превышения доходов над расходами, остающиеся в распоряжении учреждения культуры, по другим источникам доходов.

При этом внебюджетные средства, полученные от приносящей доходы деятельности, в первоочередном порядке направляются на покрытие расходов, непосредственно связанных с осуществлением приносящей доходы деятельности.

Не использованные в отчетном финансовом году остатки средств на текущих (расчетных) счетах по учету внебюджетных средств в учреждениях культуры не подлежат перечислению в бюджет и используются в очередном финансовом году в порядке, установленном Положением о порядке формирования внебюджетных средств, осуществления расходов, связанных с приносящей доходы деятельностью, направлениях и порядке использования средств, остающихся в распоряжении бюджетной организации.

По каждому виду деятельности, приносящей доход, в учреждении культуры составляются сметы доходов и расходов по внебюджетным средствам, согласно форме, утвержденной Министерством финансов.

Учет доходов от оказания платных услуг осуществляется на одном текущем счете по внебюджетным средствам.

Ежемесячно по каждому источнику доходов определяется сумма превышения доходов над расходами, которая остается в распоряжении учреждения культуры.

Сумма превышения доходов над расходами, остающаяся в распоряжении учреждения культуры, рассчитывается как разница между доходами от оказания платных услуг населению и доходами от иной приносящей доходы деятельности по каждому источнику доходов, уменьшенными на суммы налогов, сборов (пошлин) и иных обязательных платежей, уплаченных в республиканский и местные бюджеты, государственные внебюджетные фонды и фактическими расходами по каждому источнику доходов в пределах сметы.

Внебюджетные средства в части сумм превышения доходов над расходами, остающихся в распоряжении учреждения культуры, используются для:

развития материально-технической базы, в том числе на приобретение, строительство (реконструкцию) жилых домов (квартир), реконструкцию капитальных строений (зданий, сооружений) под жилые помещения в целях предоставления их работникам бюджетных организаций за плату во временное владение и пользование в соответствии с законодательством (при этом для финансирования указанных направлений может осуществляться за счет сумм превышения доходов над расходами, остающихся в распоряжении бюджетной организации, полученных из нескольких источников доходов);

осуществления научной, научно-технической и инновационной деятельности; дополнительного премирования работников, оказания материальной помощи обучающимся, иным лицам, определяемым на основании коллективного договора, соглашения, иного локального правового акта, принятых в соответствии с законодательством, при условии отсутствия просроченной кредиторской задолженности бюджетной организации (без учета бюджетных обязательств, зарегистрированных в установленном порядке территориальными органами государственного казначейства) по платежам в бюджет, государственные внебюджетные фонды, оплате товаров (работ, услуг);

осуществления дополнительных выплат стимулирующего характера, оказания материальной помощи работникам бюджетной организации, обучающимся, иным лицам, определяемых на основании коллективного договора, соглашения, иного локального нормативного правового акта, принятых в соответствии с законодательством, при условии отсутствия просроченной кредиторской задолженности бюджетной организации (без учета бюджетных обязательств, зарегистрированных в установленном порядке территориальными органами государственного казначейства) по платежам в бюджет, государственные внебюджетные фонды, оплате за товары (работы, услуги);

иных целей в соответствии с законодательством.

Принем наличных денег в кассу учреждения культуры, а также все операции, связанные с движением денежных средств в кассе, осуществляются, в соответствии с Положением о порядке использования кассового и иного оборудования при приемке средств платежа, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь и Национального банка Республики Беларусь от 6 июля 2011 г. № 924/16 (в редакции постановления Совета Министров Республики Беларусь и Национального банка Республики Беларусь от 15 мая 2020 г. №290/11).

Использование финансовых средств, полученных учреждением культуры от оказания платных услуг населению, осуществляется в рамках утвержденных смет и фактического поступления доходов.

Отчет об использовании сметы доходов и расходов по внебюджетным средствам составляется в соответствии с Инструкцией о порядке создания и представления бухгалтерской отчетности по средствам бюджетов и средствам от приносящей доходы деятельности бюджетных организаций, утвержденной постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 10 марта 2010 г. № 22 (в редакции постановления Министерства финансов Республики Беларусь от 02.05.2018 г. № 18).

Для целей Положения № 641 под **внебюджетными средствами от приносящей доходы деятельности** бюджетной организации (далее – внебюджетные средства) понимаются денежные средства, в том числе в иностранной валюте, полученные от предпринимательской деятельности (изготовления товаров, выполнения работ, оказания услуг, предназначенных для реализации иным физическим и юридическим лицам) и от иной приносящей доходы деятельности.

В состав доходов от иной приносящей доходы деятельности включены, в том числе доходы, полученные учреждением культуры от операций по сдаче в аренду оборудования, транспортных средств, капитальных строений (зданий, сооружений), изолированных помещений, находящихся в республиканской и (или) коммунальной собственности и переданных в оперативное управление бюджетной организации; от реализации изделий, работ, услуг при осуществлении бюджетной организацией возложенных на нее в соответствии с законодательством функций некоммерческого характера; а также иные, непосредственно не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности доходы, полученные бюджетной организацией при осуществлении деятельности в соответствии с законодательством.

Согласно пункту 6 Положения № 641 внебюджетные средства формируются по каждому источнику дохода, образованному в процессе осуществления предпринимательской деятельности и иной приносящей доходы деятельности.

Расходы учреждения культуры при осуществлении приносящей доходы деятельности производятся в пределах денежных поступлений внебюджетных средств *отдельно по каждому источнику доходов.*

При недостаточности фактических поступлений внебюджетных средств по одному источнику доходов для восстановления расходов бюджета могут использоваться средства превышения доходов над расходами, остающиеся в распоряжении бюджетной организации, по другим источникам доходов (пункт 13 Положения № 641).

Положением № 641 предусмотрено, что учреждения культуры должны осуществлять раздельный учет операций, осуществляемых за счет бюджетных и внебюджетных источников. Согласно пункту 10 Положения № 641 расходы учреждения культуры по выполнению функций и решению государственно значимых задач, определенных законодательством, а также расходы по осуществлению

приносящей доходы деятельности подлежат разделному учету и должны финансироваться за счет средств бюджета и внебюджетных средств соответственно.

Раздельно учитываются также доходы, бюджетные ассигнования, расходы по оплате товаров (работ, услуг), произведенные за счет внебюджетных средств и средств бюджета, приобретенное за счет внебюджетных средств и средств бюджета имущество (пункт 23 Положения № 641).

Согласно пункту 17 Положения № 641 расходы бюджетной организации делятся на прямые и косвенные расходы.

Прямые расходы связаны с производством определенного вида товаров, выполнением определенного вида работ, оказанием определенного вида услуг, которые могут быть прямо включены в себестоимость определенного вида товаров, работ, услуг (оплата труда работников, непосредственно осуществляющих вид деятельности, приобретение и (или) потребление в процессе осуществления определенного вида деятельности сырья, материалов, оборудования, энергоносителей).

Косвенные расходы связаны с производством нескольких видов товаров, выполнением нескольких видов работ, оказанием нескольких видов услуг, которые включаются в себестоимость определенного вида товаров, работ, услуг по определенной базе распределения (в том числе оплата коммунальных услуг, услуг связи, хозяйственные и прочие текущие расходы).

Распределение расходов учреждения культуры, необходимых для его функционирования производится в порядке, установленном в учетной политике организации в соответствии с законодательством.

При этом для учреждений культуры, осуществляющих приносящую доходы деятельность, аналогичную деятельности, финансируемой за счет средств бюджета, предусмотрены особенности распределения косвенных расходов. Распределение их осуществляется исходя из пропорции планируемых объемных показателей, применяемых при осуществлении данного вида экономической деятельности.

Если распределить косвенные расходы таким образом невозможно, применяется пропорция, устанавливаемая исходя из сложившегося за предыдущий финансовый год удельного веса источника доходов к общей сумме поступлений внебюджетных средств и кассовых расходов по средствам бюджета.

Порядок распределения косвенных расходов по приносящей доходы деятельности устанавливается согласно с пунктом 19 Положения № 641 в учетной политике учреждения культуры.

Согласно пункту 24 Положения № 641 сумма превышения доходов над расходами, остающаяся в распоряжении учреждения культуры, определяется ежемесячно по каждому источнику доходов.

Расчет производится следующим образом: из суммы доходов от предпринимательской деятельности (от иной приносящей доходы деятельности) вычитаются суммы налогов, сборов (пошлин) и иных обязательных платежей, уплаченных

в соответствующий бюджет, государственные внебюджетные фонды, и фактические расходы в пределах сметы.

Следует обратить внимание, что Положением № 641 не предусмотрено образование фондов экономического стимулирования.

Положением № 641 снято ограничение, что только до 40 % чистой прибыли учреждение культуры может использовать на материальное поощрение своих работников. Вместе с тем, процентное отношение использования чистой прибыли по каждому разделу законодательно не регламентировано, что дает возможность использовать ее на усмотрение каждого конкретного учреждения самостоятельно.

При этом финансирование таких направлений как развитие материально-технической базы, приобретение, строительство (реконструкция) жилых домов (квартир), реконструкция капитальных строений (зданий, сооружений) под жилые помещения в целях предоставления их работникам бюджетных организаций за плату во временное владение и пользование в соответствии с законодательством может осуществляться за счет сумм превышения доходов над расходами, полученных из нескольких источников доходов.

2.5. Опыт реализации платных услуг учреждениями культуры Республики Беларусь

Тема изучения, освоения и использования опыта реализации платных услуг учреждениями культуры Республики Беларусь является актуальной. Всесторонний анализ опыта, накопленного учреждениями культуры, позволяет сформулировать выводы и рекомендации, направленные на совершенствование форм и методов их работы.

Организациями, имеющими наиболее разнообразный опыт в данном направлении, являются музеи.

Согласно Кодексу о культуре (статья 159) «музей» – организация культуры или подразделение юридической osoby, выявляющие предметы музейного значения, комплекующие музейные фонды, осуществляющие на постоянной основе учет и хранение музейных предметов, научно-вспомогательных и сырьевых материалов, изучение, использование и популяризацию музейных предметов, научно-вспомогательных и сырьевых материалов [20].

Музей осуществляет деятельность в соответствии с миссией музея. Общественное назначение музея – социальный институт по сохранению и популяризации материального и нематериального культурного наследия, национальных культурных традиций, в том числе традиций народных художественных ремесел, этнокультурного и природного окружения.

Относительно финансовой деятельности указано, что музеи имеют право осуществлять приносящую доход деятельность, включая оказание платных услуг. Согласно Кодексу о культуре финансирование музеев осуществляется за счет средств, предусмотренных статьей 21, в том числе средств, полученных в виде платы за посещение музея для осмотра экспозиций, экскурсионное обслуживание, выдачу разрешения на изготовление изобразительной, печатной, сувенирной и иной тиражированной продукции, производство товаров народного потребления с использованием изображений музейных предметов, а также средств, полученных от изготовления и реализации изобразительной, печатной, сувенирной и иной продукции. Исходя из вышесказанного, музей может обеспечивать свою жизнедеятельность за счет заработанных средств, оказывая платные услуги.

Проанализируем опыт оказания платных услуг *Ружанским дворцовым комплексом рода Сапег* за период 2015–2020 гг.

План платных услуг на 2016 г. составил на 59 % больше, чем в 2015 г. В 2017 г. план был увеличен на 10 % по сравнению с предыдущим годом. В 2018 г. план был увеличен по сравнению с 2017 г. на 30 %. В 2020 г. план на платные услуги увеличился на 54 % к показателям предыдущего года. Таким образом, сравнительное изучение плановых показателей свидетельствует, что в данном учреждении они имеют устойчивую тенденцию к увеличению.

Проанализируем, с помощью каких платных услуг вышеуказанные плановые показатели были реализованы.

Среди наиболее востребованных выделяется ряд анимационных услуг театрализованного характера: встреча гостей «В гостях у Сапег», театрализованная регистрация брака, квест-игра «Скарбы Сапег».

Услуга «В гостях у Сапег» разработана для туристов, которые хотят почувствовать себя почетными гостями в резиденции Сапег. Посетителей встречает приветственными словами «шляхта», которая провожает группу к костюмированным персонажам, княжеской чете – «Льву Сапеге с супругой». «Стражники» открывают центральные ворота, которые в обычное время закрыты, а «канцлер» дарует гостям грамоту, скрепленную гербовой печатью.

Музей предлагает также квест-игру «Скарбы Сапег», которая тематически связана с вышеописанной услугой. Перед игрой участники знакомятся с залами музея. Квест-игра также включает элементы анимации. Героями игры являются те же самые знаменитые персонажи. После экскурсии «канцлер» делит группу на две команды и оглашает условия игры-поиска, которая должна привести игроков к фамильной гербовой печати. Команда собирает карточки со словами, расположенными в залах музея, отвечает на загадки. Когда все слова найдены, их нужно вставить по смыслу в письмо-подсказку о месте хранения шкатулки с печатью. Команда, которая быстрее найдет печать, становится победителем. Такой вид услуги особенно популярен среди школьных и студенческих групп.

Традиционным стало проведение регистрации брака: ежегодно более 10 пар заключают свой брачный союз в залах дворца. Услуга по театрализованной регистрации брака дает возможность молодоженам сделать свой день незабываемым, познакомить гостей с прекрасным историческим местом. Мероприятие включает приветствие «от шляхты», прохождение через центральную брандуху, встречу с «хозяевами дворца», после которых гостей приглашают в зал для церемонии. Далее представитель ЗАГСа, в шляхетском костюме, проводит официальную церемонию регистрации брака. По окончании официальной части молодоженам вручают грамоту, подтверждающую заключение брака в Ружанском дворце. Заканчивается церемония поздравлением «канцлера» и напутственными словами.

Анализ эффективности услуг показывает, что наибольшей популярностью пользуется театрализованная встреча гостей: она занимает немного времени и может быть проведена перед началом экскурсии, тем самым повышая интерес туристов к объекту наследия.

Внедрение данных видов услуг способствует увеличению посещаемости музея и его рекламе. Их реализация содействует повышению интереса посетителей к историко-культурным ценностям и истории нашей страны, накоплению опыта, который можно использовать при проведении культурно-образовательных мероприятий, дает возможность сотрудникам раскрыть свой творческий потенциал.

В настоящее время трудно удивить туриста классической экскурсией, поэтому сегодня многие музеи разрабатывают новые формы работы, которые реализуются на платной основе.

Наиболее популярными являются театрализованные экскурсии, квесты и музейно-педагогические занятия.

С развитием науки и техники каждый посетитель, начиная со школьного возраста, имеет гаджет, который позволяет музеям предоставлять услугу фотографирования как интерьеров, так и экспонатов. Пользуется спросом прокат костюмов для фотосессий. Востребованной специальной услугой музея является подбор информации из фондов музея, работа с музейным архивом, предметным фондом, сканирование документов из музейных коллекций и т. д.

Некоторые музеи проводят на своей базе различные мастер-классы. Например, *Музей Белки в Большой Берестовице* предлагает мастер-классы по росписи по стеклу, декупажу (для этого в штате имеется художник). Распространены мастер-классы по изготовлению оберегов, ткачеству, гончарству и других народных ремеслах.

Интересный вид сопровождения экскурсии внедрен в деятельность *Мотольского музея народного творчества*. Экскурсия по музею озвучена народными мелодиями и песнями в живом исполнении народного коллектива «Мотальскія суседзі». Посетители имеют возможность познакомиться с полесскими обрядами

и праздниками согласно календарному циклу. Мотольский музей предоставляет также услуги по дегустации (пирогов с медом, «мотольских присмаков»).

Похожий список услуг разработан музеем «Бездежский фартушок»: музыкальное сопровождение, дегустация, мастер-классы, а также ночлег в крестьянском доме.

Таким образом, наиболее популярными услугами музеев можно назвать: работа с фондами, фотографирование и фотосессии в музейных экспозициях, мастер-классы по народному творчеству и декоративно-прикладному искусству, квест-игры, дегустации, демонстрация обрядов.

Вместе с тем, для привлечения туристов сегодня существует необходимость модернизации и пересмотра платных услуг, оказываемых музеями. В настоящее время увеличивается популярность анимационных программ, в ходе которых посетители являются как сторонними наблюдателями, так и участниками событий. Анимация в музеях может принимать следующие формы: анимационные интерактивные программы для детей и взрослых, использование элементов анимации при открытии выставочных музейных проектов, включение анимационных моментов в традиционную экскурсию по залам музея, создание специальных анимационных проектов. Новые формы работы способствуют росту популярности музея, повышению его имиджа, привлекают внимание к истории и культуре страны.

Реализация платных услуг требует применения аналитического и комплексно-маркетингового подходов (с учетом особенностей региона, находящегося в нем историко-культурных ценностей, профиля и коллекционного состава музея и др.).

Рассмотрим развитие платных услуг на примере *Воложинского краеведческого музея*.

Маркетинговая политика музея свидетельствует о необходимости выбора между имеющимися возможностями и конкретными планами, которые должны быть реализованы в течение определенного периода. Развивая маркетинговый подход, музей определяет своих потенциальных потребителей, проводит постоянный мониторинг услуг – анализирует потребности пользователей, следит за тем, что нужно изменить, подкрепить рекламой.

Документальное оформление и сопровождение платных услуг музея выглядит следующим образом.

План получения внебюджетных средств в Воложинском краеведческом музее составляется на основании Постановления Министерства финансов Республики Беларусь от 12 ноября 2002 г. № 152 и согласно «Положения о порядке предоставления платных услуг населению учреждениями культуры Воложинского района».

Основополагающим аспектом при планировании внебюджетных доходов является изучение контингента посетителей музея и музейных мероприятий с учетом их платежеспособности. Анализ количества посетителей музея и потребителей музейной информации последних лет показывает, что 70 % от общего

количества посетителей составляют учащиеся школ, колледжей и учреждений высшего образования.

Выполнение плана платных услуг осуществляется согласно Прейскуранту на платные услуги населению, утвержденному Приказом отдела идеологической работы, культуры и по делам молодежи Воложинского райисполкома.

Основным источником поступления финансовых средств является продажа входных билетов. На год планируется около 18 выставок. Выбор тематики выставки и составление содержательного экскурса – главные элементы привлечения посетителей.

Осуществляется реклама через средства массовой информации, посещение школ с целью информирования преподавателей и учащихся о демонстрации выставок, размещение рекламных афиш, информации в интернете.

Такой вид услуги как организация и проведение тематического выездного мероприятия культурно-массового характера предусматривает проведение мероприятий с целью пропаганды историко-культурного наследия и развития туризма на территории Воложинского района.

Среди иных видов платных услуг: проведение лекций, подготовка и предоставление материалов краеведческого характера, информации по объектам историко-культурного наследия края, по истории города и района, набор и редактирование текста на компьютере, распечатка информации на принтере и предоставление информации на электронных носителях. Данные виды платных услуг рассчитаны на учащихся, студентов, преподавателей. Ксерокопирование пользуется спросом у жителей г. Воложина и района.

Разнообразные виды платных социокультурных услуг предлагает *музейный комплекс «Дукорский маентак»*. Основным источником прибыли музейного комплекса является продажа входных билетов. Цена на билеты варьируется по дням недели и возрастным категориям.

Гостям предлагается целый спектр различных вариантов экскурсионного обслуживания – от обзорных экскурсий-рассказов до полноформатных арт-экскурсий, познавательно-развлекательных и спортивно-развлекательных программ. Музей ставит перед собой задачу – рассказать языком современного перформанса о прошлом Дукоры и ее усадьбы. Посетителей ждут реальные костюмы прошедших эпох, реконструкция исторических событий в лицах, воссозданные предметы быта и экипировки шляхтича, живая старинная музыка и многое другое. Путем музейной презентации реализуется стремление оживить сухие строки исторических документов, сделав их живыми и запоминающимися.

На территории работают кафе «Корчма», кафе-бистро «Страўня», гриль-банк «Шинок».

Среди предоставленных посетителю видов активного отдыха: веревочный городок, метательный тир, пейнтбол, страйкбол, прокат лодок и катамаран.

Предоставляются услуги проживания (гостевые домики, баня), корпоративного отдыха (тимбилдинг по принципу известной телеигры «Форт Боярд», погружение в эпоху шляхетства – игра «В поисках дукорского золота»).

Для любителей активного отдыха на комплексе организован пункт проката снаряжения. Уютный теннисный парк и живописные окрестности создают прекрасный фон для организации отдыха с пользой для физической формы.

Веревочный городок работает для детей и взрослых. Летом к этому развлечению для детей еще добавляется веревочная полоса препятствий. Выдается специальная экипировка для ее прохождения, за процессом следит инструктор.

Широко представлены услуги проката:

- Прокат лодки;
- Прокат катамарана;
- Прокат велосипедов;
- Прокат детских самокатов;
- Прокат бадминтона;
- Прокат мячей – футбольных, волейбольных, детских.

В Дукорском маентке есть конюшня, мастерские по изготовлению свечей из пчелиного воска, народных кукол, гончарная и кузнечная.

В каждой из этих мастерских можно не только приобрести изделия, которые изготавливают местные ремесленники, но и сделать их самому, посетив мастер-класс. В гончарной мастерской своими руками слепить горшок, в кузнечной мастерской отчеканить монету либо выковать подкову.

На территории маентка находится «винокурня», продукты которой можно попробовать в местном ресторане.

Детям будет интересно попасть на поляну сказок. В небольших домиках за стеклом находятся различные персонажи детских сказок. Перед домиком расположена лавочка со звуковым сопровождением (стоит присесть на эту лавочку, нажать кнопку – в домике загорится свет, а из динамиков диктор начнет читать сказку).

На территории маентка много деревьев, есть пруд, на берегу Свислочи напрокат можно взять катамаран либо лодку на веслах. Также на территории растет старый дуб («дуб желаний»), который является интерактивной площадкой для посетителя. Там находится специальный ящик, над которым сидит резной филин: бросив в ящик монетку, можно загадать желание.

Одна из основных достопримечательностей маентка – единственный в Беларуси двухэтажный перевернутый дом. Такие дома есть в Европе, особенность же белорусского перевертыша в том, что он наклонен сразу в двух плоскостях.

Единственный в Беларуси *парк-музей интерактивной истории «Великое княжество Сула»* предоставляет свои оригинальные услуги: посещение поселения викингов, усадьбы Ленских, катание на драккаре (корабле викингов),

мастер-классы по средневековым танцам, народным ремеслам, рыбная ловля, аренда катамаранов, тематическая фотосессия, верховые конные прогулки, аренда беседок на берегу озера, проживание в комфортабельном отеле и тематической усадьбе и др. В летний период парк-музей организует массовые зрелища для почитателей средневековой культуры, а также календарно-обрядовые праздники.

Среди услуг, существующих в «копилке» *Гомельского дворцово-паркового ансамбля*, традиционными являются экскурсионное обслуживание на его территории и объектах, а также на территории Гомеля, организация свадебных церемоний. Значительный интерес представляют экскурсии по памятным местам Гомельской области на автомобиле, проведение лекций и концертных программ, фотографирование и изготовление цветной художественной фотографии, продажа сувенирной продукции (открытки, буклеты), реставрационные услуги и туристические услуги. Музеем был разработан вид услуги, включающей полет над территорией Гомеля на самолете АН-2.

Гомельский дворцово-парковый ансамбль соединил в себе как функции музея, так и функции парка культуры и отдыха, превратился в многофункциональный культурно-эстетический комплекс. В театральном зале дворца регулярно проводятся концерты лучших музыкантов и исполнителей Беларуси, а также ближнего и дальнего зарубежья, организуются всевозможные литературные, театральные, тематические вечера и другие мероприятия. На территории парка создано поле для гольфа.

Одним из значимых факторов увеличения платных услуг в дворцово-парковом ансамбле стал отказ от размещения на 2-м этаже дворца стационарных экспозиций и использование освободившейся площади для сменных выставок.

Существенную роль в выполнении плана платных услуг играют коммерческие выставки. При их организации учреждение ориентируется как на внутреннего, так и на внешнего потребителя, активно сотрудничает с ближним зарубежьем.

Успешно организовывать выставочную, научно-просветительную и культурно-массовую деятельность позволяет разработанная система проведения рекламных кампаний. Помимо традиционного сотрудничества со СМИ, Гомельский дворцово-парковый ансамбль привлекает к сотрудничеству информационных спонсоров, таких как «Гомельское радио 104,7 fm», со всем спектром их возможностей и форм работы – от викторин на исторические темы до розыгрышей билетов на выставки музея.

Значительных успехов в оказании платных услуг населению достигли *замковые комплексы в Несвиже и Мире*. После завершения реставрационных работ на данных объектах значительно увеличился приток туристов. Количество посетителей замкового комплекса «Мир» по сравнению с периодом до реставрации возросло в 1,5 раза, количество проведенных экскурсий – в 2,3 раза, а доходы – в 6 раз.

Сегодня государственные учреждения отрасли оказывают населению более 200 видов платных услуг, многие из которых ранее оказывались бесплатно.

Материально-техническая база учреждений культуры значительно усовершенствована и соответствует требованиям времени. Вместе с тем, на всех объектах культуры существует необходимость создания дополнительной туристической инфраструктуры, благоприятной для посетителей. Привлечь внимание туристов объект может только тогда, когда он функционирует в комплексе с развитой вокруг него инфраструктурой.

Требуются несколько разнообразить существующий в учреждениях культуры перечень платных услуг, а также форм их реализации.

Исследователи А. Дж. Дуглас и К. Дж. Карлсон в работе «Основні принципи фандрейзінга» [15] предлагают в качестве наиболее востребованных следующие формы и темы для проведения мероприятий:

Балы и танцы

- Благотворительные балы
- Танцы на площади

Концерты

- Музыка кантри с танцами на площади
- Джаз
- Рок
- Сольные выступления
- Известные певцы совместно с местными группами

Молодежные певцы или группы

Выставки изделий и распродажа

- Куклы
- Украшения, особенно этнические
- Кухонные принадлежности
- Белье
- Керамика
- Стеганое одеяло
- Изделия из серебра
- «Комплекты выживания» для похода или для экзаменов
- Продажа кондитерских изделий
- Продажа цветов / растений

Состязания или конкурсы

- Конкурс детского рисунка
- Состязание по баскетболу
- Кулинарные состязания
- Конкурс по рисованию
- Состязание на подарочную корзину
- Состязание на лучший костюм
- «Войны» по забрасыванию монетами

- Конкурс на лучшую фотографию школьного бала

Обеды

- С участием известных личностей
- Аукцион
- Знаменитый ведущий
- Домашняя вечеринка

Мероприятия на выносливость или соревнования по фитнесу

- Биатлон
- Танцы
- Марафоны
- Соревнования по року
- Триатлон
- Ходьба

Показы, выставки или шоу

- Художественные выставки
- Показ мод
- Выставки цветов
- Выставки из частных коллекций (семейных реликвий и др.)

Ярмарки или фестивали

- Государственные или городские ярмарки
- Международные ярмарки

Продовольственные мероприятия

- Конкурс на лучший пирог
- Барбекю
- Корзины с завтраками или обеды для больных
- Общественное питание, доставляемое пациентам или матерям новорожден-

ных детей

- Пациенты на дому
- Открытые дома
- Пикники

Праздничные, этнические и международные темы

- Рождество
- Новый год
- День святого Валентина
- Сельские ярмарки
- Карнавалы
- Кухни или предметы искусства стран мира в виде ярмарки

Товары на распродажу

- Товары «с чердака»
- Продажа выпечки

- Поделки всех видов и во всех регионах
- Киоски по продаже еды: попкорна, сладкой ваты, хот-догов, пиццы, мороженого в вафельных стаканчиках, мороженого в брикетах

- Распродажа домашних вещей
- Распродажа растений
- Распродажа подержанных вещей

Мероприятия с распродажей билетов

- Художественные выставки
- Базары
- Концерты
- Ярмарки
- Фестивали
- Выставки
- Конкурс талантов
- Демонстрационное шоу
- Театр

Турниры

- Рыбалка
- Гольф
- Теннис

Туры (с одним или многочисленными местоположениями)

- Демонстрационные залы
- «Экспедиции»: масштабные мероприятия на открытом воздухе и др.

Т. В. Артемьева, Г. Л. Тульчинский для привлечения потенциальных доноров к проекту, программе советуют практиковать такие формы, как вечера, балы, конкурсы, премии, чествования, марафоны, лотереи, приемы, презентации, конференции и др.

В процессе оказания населению платных услуг включено множество социально-культурных и культурно-досуговых институтов: дворцы и дома культуры, центры ремесел, парки культуры и отдыха, театрально-зрелищные учреждения, кинотеатры, музеи и выставочные залы, библиотеки, диско клубы, культурно-досуговые центры и т. д.

Наиболее востребованными формами культурно-досуговой деятельности в клубных учреждениях являются разнообразные конкурсно-игровые программы, интеллектуальные игры вроде «брейн-ринга», интеллектуально-познавательные программы, ролевые и сюжетно-ролевые игры «схватка», «фотоохота», квн, рыцарские клубы, перформансы.

Инновационными формами, внедренными в деятельность клубных учреждений, являются игры-театрализации или сюжетно-ролевые игры, в основу которых

положена реализация конкретных сюжетов в форме игры по подготовленным сценариям, воплощение которых допускает импровизацию, военно-историческое моделирование, сотрудничество с рыцарскими клубами, которые являются инициаторами рыцарских фестивалей и турниров.

Важное значение также имеет расширение сотрудничества в области культурных связей с ближним и дальним зарубежьем, приближение уровня оказываемых услуг жителям деревни к уровню городскому, существенное расширение зрительской аудитории и увеличение числа посетителей культурно-просветительных и иных мероприятий по организации досуга населения, а также реформирование сети учреждений культуры и создание культурных центров с развитой инфраструктурой платных услуг.

В г. Рогачеве реализована инициатива ПРООН «Сделай шаг навстречу искусству» через открытие выставочного зала (ICRIN финансировала техническое оснащение выставочного зала: компьютер, ноутбук, мультимедийная установка, акустическая система и т.д.), благодаря этому расширены возможности людей, занимающихся творчеством, декоративно-прикладным искусством.

В *Ильичевском СДК* открыт информационно-коммуникационный центр (ИКТ-центр), направленный на формирование приоритета здорового образа жизни у населения. Центр оснащен компьютерами, подключенными к скоростному интернету, цветным принтером, сканером, ксероксом, скайп-камерой, информационно-познавательными материалами по проблемам здорового образа жизни. ИКТ-центр пользуется у населения большим интересом, популярен в детской и молодежной среде. Аналогичный центр открыт и в п. Белицк. Данные примеры показывают, что даже малые творческие проекты в сфере культуры, которые характеризуются деловой активностью и инициативой работников культуры, могут быть инвестированы и поддержаны международными программами.

Интересен опыт по оказанию платных услуг *Витебского городского Центра народных ремесел и искусств «Задзвінне»*. Бывшие соляные склады стали излюбленным местом отдыха горожан. Здесь проводят свадьбы с участием народных коллективов, гости города посещают выставки и ремесленные мастерские. Стоит отметить, что посетители могут не только любоваться изделиями народных мастеров, но и сами попробовать изготовить глиняный горшок или сплести узор из соломки.

Немалый доход приносит и город мастеров на «Славянском базаре в Витебске», который в фестивальные дни разворачивается во дворе «Задзвіння» и на прилегающей территории.

Часто молодожены заказывают свадебный обряд в старинном стиле, который проходит в живописном месте – в музее этнографии в 3-х километрах от Докшиц.

Каждый район Витебщины старается найти свою изюминку. В Шарковщине с постановкой музыкальной сказки ездят по району. Пользуется успехом и программа циркового эстрадного коллектива «Мечта».

В Глубоком проводятся этно-дискотеки. На вечерах звучат старинные песни в современной обработке. В Ивеси впервые в области на базе дома культуры открыт историко-культурный туристический центр. В эти живописные места приезжают отдыхающие из Беларуси и других стран. При центре есть гостиница на 15 мест, в номерах есть горячая вода, интернет.

В Мосаре создан филиал районного музея. Желающих посетить здешние места, побродить по дендропарку, послушать концерт Глубокского академического хора в Мосаре находится немало.

Зарубенский кукольный театр показывает спектакли, в Подsville проводят интересные танцевальные вечера. Особенной популярностью пользуется у населения шоу «Две звезды».

В Россонах – свои раскрученные культурные бренды, связанные с развитием агроэкотуризма.

Пользуются спросом экскурсии по памятным местам с поездкой в *музей партизанского быта под открытым небом*. Культработники разработали специальную театрализованную программу – это своеобразная историческая реконструкция партизанского быта. Устраивают здесь и праздники на колесах – показывают спектакли на природе: в лесу, на берегу озера.

Браслав славится своим «заезжим двором» при музее. Кроме того, коллективы художественной самодеятельности выступают на базах отдыха, помогают организовать досуг приезжих.

Учреждения культуры Гродненской области оказывают более ста видов платных услуг. Среди них: развлекательные шоу-программы, дискотеки, танцевальные вечера, всевозможные кружки, выставки изделий народных промыслов, посещение домов ремесел, концерты художественной самодеятельности, театрализованные представления, подготовка юбилейных поздравлений и утренников. Посетители библиотек могут воспользоваться услугами ксерокопирования, сканирования, ламинирования документов, перевода текстов, возможностью работы в сети Интернет, участием в тематических лекциях и др. Музеи предлагают музейные уроки и уроки-экскурсии, музейные занятия «Рассказы старого сундучка», лекции, индивидуальные посещения, экскурсионное обслуживание, консультации. Курсы игры на музыкальных инструментах, концерты, кружки, пользование музыкальными инструментами, репетиторство предлагают детские школы искусств.

Как и в любой другой сфере, потребители выбирают только качественный продукт, поэтому профессионализм, творческие находки, таланты остаются все же самыми надежными гарантами успеха.

Культура сегодня – в определенной мере часть экономики, и, как видим, творчество тоже может приносить доходы, чтобы частично окупать расходы на содержание учреждений отрасли.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Внедрение и развитие в сфере культуры платных услуг создает дополнительные возможности для удовлетворения потребностей и интересов населения, позволяет более эффективно реализовывать принцип дифференцированного подхода.

Наибольшей популярностью у населения сегодня пользуются концерты и спектакли, тематические дискотеки и шоу-программы, компьютерные и интернет-услуги, прокат музыкальных инструментов, костюмов, аудио- и видеокассет, аренда помещений, прокат спортивного инвентаря и т. д. Положителен опыт создания антикафе, автоклубов, этнокомнат, детских музейных комнат и др. Востребованы мероприятия, связанные с красотой и здоровьем, интеллектуальные, развлекательно-игровые, исторической направленности. Многие учреждения культуры сегодня широко практикуют открытие спортивных секций и бильярдных залов, организуют различные программы. Предоставляется пространство для территориальных инициативных сообществ, досуговых групп, объединений по интересам.

Как свидетельствует опыт большинства учреждений отрасли, внедрение платных услуг в сфере культуры имеет ряд позитивных моментов. Создаются дополнительные возможности для связей с производственными коллективами, организациями и учреждениями (через заключение договоров и соглашений на их культурное обслуживание), благодаря этому повышается социальный статус работника культуры и общекультурный уровень населения.

Одной из важнейших проблем остается продвижение учреждениями культуры своих платных услуг на рынок и эффективное рекламирование своей деятельности. Именно поэтому учреждениям культуры необходимо сконцентрировать свое внимание на таких элементах маркетинга, как приближение товара к пользователям, реклама, пропаганда своих возможностей с целью увеличения степени информированности реальных и потенциальных потребителей о своих услугах.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аванесова, Г. А. Культурно-досуговая деятельность: теория и практика организации : учеб. пособие для студентов вузов / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 236 с.
2. Ажойчик, Н. А. Платные услуги в структуре маркетинга учреждений культуры / Н. А. Ажойчик // Социально-культурный менеджмент: теории и практика : сб. ст. – Минск, 2014. – С. 27–32.
3. Актуальныя аспекты культурна-адпачынкавай дзейнасці ў аграгарадках і сельскай мясцовасці / укл.: І. Б. Лапцёнак, А. І. Сцепанцоў, Л. Ф. Жмачынская ; агульн. рэд. І. Б. Лапцёнак. – Мінск : Інстытут культуры Беларусі, 2016. – 216 с.
4. Артемьева, Т. В. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования / Т. В. Артемьева, Г. Л. Тульчинский. – СПб. : Лань, Планета музыки, 2010. – 288 с.
5. Беквит, Г. Без раздумий: Скрытые силы, заставляющие нас покупать / Г. Беквит ; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2018. – 232 с.
6. Беквит, Г. Продавая незримое: Руководство по современному маркетингу услуг / Г. Беквит ; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2018. – 220 с.
7. Беквит, Г. Четыре ключа к маркетингу услуг / Г. Беквит ; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2019. – 220 с.
8. Воробьев, И. П. Маркетинг в системе экономических отношений : краткий курс лекций / И. П. Воробьев, Е. И. Сидорова. – Минск : Беларус. навука, 2020. – 133 с.
9. Воротной, М. В. Менеджмент музыкального искусства / М. В. Воротной. – СПб. : Лань, 2013. – 256 с.
10. Воротной, М. В. Организация деятельности учреждений культуры клубного типа : учеб. пособие / М. В. Воротной, Т. Н. Егорова, Л. Н. Малиночка, Н. И. Хохлова, Д. Н. Яковлев. – СПб. : Лань ; Планета музыки, 2015. – 448 с.
11. Гилмор, Дж., Пайн, Дж. Экономика впечатлений / Дж. Гилмор, Дж. Пайн ; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2020. – 384 с.
12. Глушаков, В. Е. Маркетинг: поиск, создание, удержание и развитие взаимоотношений с клиентами (идеи, решения, советы) / В. Е. Глушаков. – Минск : Издательский центр БГУ, 2011. – 111 с.
13. Годин, С. Разрешительный маркетинг. Как из незнакомца сделать друга и превратить его в покупателя / С. Годин ; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2020. – 235 с.
14. Готельф, Д. Чувствуй и реагируй. Как создавать продукты, нужные людям именно сейчас / Д. Готельф, Д. Сейден ; пер. с англ. – М. : ЭКСМО, 2020. – 288 с.

15. Дуглас, А. Дж., Карлсон, К. Дж. Основні принципи фандрейзінга : секреті залучення грошових коштів для неприбуткових організацій / А. Дж. Дуглас, К. Дж. Карлсон ; пер. с англ. – Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2007. – 240 с.
16. Завада, К. К. Ценовое предложение. Сколько должен стоить ваш товар / К. К. Завада, В. К. Марн, Э. В. Регнер ; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2020. – 317 с.
17. Иванов, А. Н. Бесплатная реклама. Результат без бюджета / А. Н. Иванов. – 4-е изд., перераб и доп. – М. : Альпина Паблишер, 2019. – 252 с.
18. Иванов, А. Н. Сильный ход. Нестандартные решения в рекламе / А. Н. Иванов. – М. : Альпина Паблишер, 2018. – 216 с.
19. Ивченко, В. Н. Музей в структуре арт-рынка / В. Н. Ивченко // Культура Беларуси: реаліі сучаснасці : матэрыялы Міжнар. навук.-практ. канф. (Мінск, 12–13 чэрвеня 2012 г.) / рэдкал.: І. І. Крук (гал. рэд.); А. А. Галкіц, І. Р. Голубева. – Мінск : Інстытут культуры Беларусі, 2012. – 404 с.
20. Кодэкс Рэспублікі Беларусь аб культуры [Электронны рэсурс] : 20 ліпеня 2016 г., № 413-3 : прыняты Палатай прадстаўнікоў 24 чэрвеня 2016 г. : адобр. Саветам Рэсп. 30 чэрвеня 2016 г. // Эталон. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Мінск, 2017.
21. Колбер, Ф. Маркетинг культуры и искусства / Ф. Колбер, Ж. Нантель, С. Билодо, Дж. Д. Рич ; пер. с англ. – СПб. : Арт-Пресс, 2004. – 256 с.
22. Коленько, С. Г. Менеджмент в социально-культурной сфере : учебник / С. Г. Коленько. – М. : Юрайт, 2016. – 372 с.
23. Коленько, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебник и практикум / С. Г. Коленько. – М. : Юрайт, 2016. – 370 с.
24. Конвенция об охране и поощрении разнообразия форм культурного самовыражения от 20 октября 2005 г. Ст. 4 (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2009 г., № 67, 3/2219). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/dict/text.asp?t1>. – Дата доступа: 02.09.2020.
25. Корзун, М. А. Современные методы управления проектами в гастрольно-концертной деятельности / М. А. Корзун // Вопросы теории и практики современной художественной культуры Беларуси : сб. науч. ст. – Минск, 2011. – С. 46–52.
26. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, Л. Келлер ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2020. – 848 с.
27. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер ; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2018. – 211 с.
28. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Д. Сондерс ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2012. – 752 с.
29. Котлер, Ф. Привлечение инвесторов: Маркетинговый подход к поиску источников финансирования / Ф. Котлер, Х. Каргаджай, Д. Янг ; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2009. – 194 с.

30. Котлер, Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру. Лучшие приемы и методы. – 3-е изд., перераб и доп. / Ф. Котлер, Р. Бергер, Н. Бикхофф ; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2020. – 143 с.
31. Косцов, Т. В. Менеджмент в сфере культуры и искусства / Т. В. Косцов, М. П. Переверзев. – М. : Инфра-М ; 2015. – 192 с.
32. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебник / А. В. Коротков. – М. : Юрайт, 2014. – 608 с.
33. Лаптенюк, И. Б. Культурный потенциал Республики Беларусь: методологические основания и практический опыт выявления, фиксации и систематизации культурных ресурсов : монография / И. Б. Лаптенюк, О. А. Галкин, И. Г. Голубева ; под общ. ред. И. Б. Лаптенюк : Мин-во культуры Респ. Беларусь; Белорус. гос. ун-т культуры и искусств. – Минск : БГУКИ, 2019. – 276 с.
34. Ламбен, Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг ; пер. с франц. – СПб. : Питер, 2018. – 928 с.
35. Лукина, А. В. Маркетинг товаров и услуг / А. В. Лукина. – М. : Инфра-М, 2015. – 240 с.
36. Макарова, Е. А. Дискотека в системе шоу-бизнеса / Е. А. Макарова // Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности : сб. ст. – Минск, 2011. – С. 102–110.
37. Макарова, Е. А. Маркетинговые технологии в структуре арт-менеджмента / Е. А. Макарова // Навуковы пошук у сферы сучаснай культуры і мастацтва : матэрыялы навук. канф. праф.-выклад. складу Беларус. дзярж. ун-та культуры і мастацтваў, прысвечанай Году культуры ў Рэспубліцы Беларусь, Мінск, 24 лістапада 2016 г. / Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў. – Мінск, 2018. – С. 297–301.
38. Малашкин, П. Все о рекламе и продвижении в Интернете / П. Малашкин. – М. : Альпина Бизнес букс, 2009. – 220 с.
39. Музейный комплекс «Дукорский маентак» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dukora.by/>. – Дата доступа: 02.09.2020.
40. Нилова, Л. Поп-арт маркетинг. Insta-грамотность и контент-стратегия / Л. Нилова. – М. : АСТ, 2017. – 288 с.
41. Новаторов, В. Е. Культура маркетинга : учеб. пособие / В. Е. Новаторов. – М. : Форум, 2012. – 224 с.
42. Новаторов, В. Е. Социально-культурный маркетинг. История, теория, технология / В. Е. Новаторов. – СПб. : Лань, 2015. – 384 с.
43. Остервальдер, А. Разработка ценностных предложений. Как создавать товары и услуги, которые захотят купить потребители / А. Остервальдер, И. Пинье, Г. Бернарда, А. Смит ; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2020. – 312 с.
44. О путях повышения уровня окупаемости объектов культуры, организации работы по предоставлению платных услуг в сфере культуры Пинского

района // Актуальные проблемы идеологического обеспечения деятельности органов власти : информ. бюллетень. – 2016. – № 2. – С. 35–37.

45. Петрова, С. Большая идея. Как победить муки творчества и создать шедевр / С. Петрова. – М. : Альпина Паблишер, 2016. – 184 с.

46. Прянишников, Н. Культурные индустрии в городе / Н. Прянишников // Идеальная жизнь. – 2005. – № 3.

47. Рапай, К. Культурный код: Как мы живем, что покупаем и почему / К. Рапай ; пер. с англ. – 2-е изд. – М. : Альпина Паблишер, 2018. – 168 с.

48. Румянцев, Д. Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий / Д. Румянцев, Н. Франкель. – СПб. : Питер, 2019. – 320 с.

49. Сивурова, Л. П. Социально-культурные услуги: сущность и характеристика / Л. П. Сивурова // Социально-культурный менеджмент: теория и практика : сб. ст. / Мин-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств. – Минск : БГУКИ, 2014. – С. 99–103.

50. Смаргович, И. Л. Развитие культурных услуг в клубных учреждениях / И. Л. Смаргович // Разнообразие форм культурного самовыражения: опыт формирования благоприятной среды для охраны и поощрения : VI Междунар. науч.-практ. конф. «Культура Беларуси: реалии современности» : сб. науч. ст. – Минск : БГУКИ, 2017. – С. 197–202.

51. Смольский, А. П. Практический менеджмент: инструменты, стратегия и тактика управления : учеб. пособие / А. П. Смольский. – Минск : Амалфея, 2016. – 444 с.

52. Соколовский, Н. К. Экономика социально-культурной сферы : учеб.-метод. пособие / Н. К. Соколовский, О. Н. Ерофеева, В. Г. Гаркавая. – Минск : БГЭУ, 2006. – 208 с.

53. Стельмах, А. М. Современные технологии арт-менеджмента и проблемы формирования театральной аудитории / А. Ф. Стельмах // Культура Беларуси: реаліі сучаснасці : матэрыялы Міжнар.наук.-практ. канф., Мінск, 12–13 чэрвеня 2012 г. / рэдкал.: І. І. Крук (гал. рэд.), А. А. Галкін, І. Р. Голубева. – Мінск : Інстытут культуры Беларусі, 2012. – 404 с.

54. Степанцов, А. И. Государство как «агент» рынка культурных услуг / А. И. Степанцов // Беларуская культура ва ўмовах глабалізацыі : матэрыялы навук. канф., прысвеч. 35-годдзю Беларус. дзярж. ун-та культуры і мастацтваў. – Мінск : БДУКМ, 2011. – Т. 2. – С.60–66.

55. Столярова, О. Ю. Театральный сайт как актуальный способ позиционирования театра / О. Ю. Столярова // Культура Беларуси: реалии современности : VIII Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. Году малой родины в Респ. Беларусь, Мінск, 10 окт. 2019 г. : сб. науч. ст. / М-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств ; редкол.: А. А. Корбут (пред.) и др. – Минск : БГУКИ, 2019. – 594 с.

56. Тележников, В. И. Операционный менеджмент : учеб. пособие / В. И. Тележников. – Минск : Амалфея, 2015. – 464 с.
57. Томпсон, Д. Хитмейкеры. Наука популярности в эпоху развлечений / Д. Томпсон ; пер. с англ. – М. : Азбука, 2018. – 400 с.
58. Тульчинский, Г. Л. Маркетинг в сфере культуры / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб. : Лань ; Планета музыки, 2009. – 496 с.
59. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. – СПб. : Лань ; Планета музыки, 2016. – 544 с.
60. Тульчинский, Г. Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина. – СПб. : Лань ; Планета музыки, 2010. – 384 с.
61. Тульчинский, Г. Л. PR в сфере культуры и образования / Г. Л. Тульчинский. – СПб. : Лань ; 2011. – 576 с.
62. Ульяновский, А. В. Реклама в сфере культуры / А. В. Ульяновский. – СПб. : Лань, 2012. – 520 с.
63. Хмелев, В. В. Сфера услуг: проблемы и перспективы развития / В. В. Хмелев. – М. : Аст, 2006. – 270 с.
64. Хейг, М. Электронный Public Relations / М. Хейг ; пер. с англ. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 192 с.
65. Шекова, Е. Л. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры. Практикум / Е. Л. Шекова, Г. Л. Тульчинский, В. Н. Евланов, Э. В. Новаторов. – СПб. : Лань ; Планета музыки, 2012. – 160 с.
66. Шефер, Б. Практический маркетинг / Б. Шефер ; пер. с нем. – Минск : Попурри, 2020. – 128 с.
67. Шуклина Е. А. Институциональные функции социокультурной услуги / Е. А. Шуклина // Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры, образования и управления : материалы всероссийской научно-практической конференции; Екатеринбург, 28 февраля 2014 г. – Екатеринбург : УрФУ, 2014. – Т. 2. – С. 151–154.
68. Эканоміка і менеджмент у сферы культуры : манаграфія / І. Б. Лапцёнак [і інш.] ; навук. рэд.: І. Б. Лапцёнак (гал. рэд.) [і інш.]. – Мінск : Інстытут культуры Беларусі, 2016. – 192 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

НАЛОГОВЫЙ КОДЕКС РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ (ОСОБЕННАЯ ЧАСТЬ) 29 ДЕКАБРЯ 2009 г. № 71-3

(Извлечение)

Статья 118. Освобождение от налога на добавленную стоимость оборотов по реализации товаров (работ, услуг), имущественных прав

1. Освобождаются от налога на добавленную стоимость обороты по реализации на территории Республики Беларусь:

1.7. услуг в сфере культуры по перечню таких услуг, утверждаемому Президентом Республики Беларусь;

1.8. организациями культуры, а также Национальной государственной телерадиокомпанией Республики Беларусь, закрытыми акционерными обществами «Второй национальный телеканал», «Столичное телевидение» (далее в настоящей статье – телерадиовещательные организации):

программ (буклетов) о культурно-зрелищных мероприятиях, каталогов (буклетов), открыток, содержащих информацию о музеях (выставках);

имущественных прав на объекты авторского права и смежных прав;

работ по производству фильмов путем воплощения творческого замысла их авторов на технологической основе кинематографии (далее – работы по производству фильмов);

работ по тиражированию фильмов и аудиозаписей;

вспомогательных работ, выполняемых на технологической основе кинематографии при производстве фильмов;

работ по реставрации фильмов;

работ по изготовлению копий с музейных предметов и с документов из музейных фондов;

работ по составлению библиографических списков и справок;

работ по составлению каталогов книг, печатных средств массовой информации, рукописей, архивных документов, художественных коллекций;

работ по изготовлению копий документов из библиотечных фондов;

1.9. организациями и индивидуальными предпринимателями, состоящими на учете в налоговых органах Республики Беларусь, организациям культуры, телерадиовещательным организациям:

культурных ценностей по перечню видов таких ценностей, утвержденному Министерством культуры Республики Беларусь (далее – культурные ценности);
работ по производству фильмов, а также телерадиопередач;
работ по изготовлению компьютерной графики;
работ по изготовлению декораций, мебели и реквизита, бутафорий, костюмов, обуви, головных уборов, гримерно-постижерских изделий, оружия, пиротехники, используемых при проведении культурно-зрелищных мероприятий и производстве фильмов, телерадиопередач;

имущественных прав на объекты авторского права и смежных прав.

Основанием для освобождения от налога на добавленную стоимость оборотов по реализации культурных ценностей в соответствии с абзацем вторым части первой настоящего подпункта является заключение Министерства культуры Республики Беларусь об отнесении товаров к культурным ценностям;

1.10. иностранными организациями, не состоящими на учете в налоговых органах Республики Беларусь:

1.10.1. организациям культуры, телерадиовещательным организациям:
рекламных услуг;

имущественных прав на объекты авторского права и смежных прав;

1.10.2. работ (услуг), связанных с участием белорусских организаций и (или) белорусских индивидуальных предпринимателей в международных конференциях, форумах, симпозиумах, конгрессах, в выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых в иностранных государствах;

1.10.3. республиканским органам государственного управления услуг, оплачиваемых ими за счет бюджетных средств;

1.11. товаров (работ, услуг) ассоциацией общественных объединений «Белорусская конфедерация творческих союзов», творческими союзами Республики Беларусь и их фондами по перечню таких организаций, утверждаемому Президентом Республики Беларусь;

1.15. изделий народных художественных ремесел признанного художественного достоинства по перечню таких изделий, утверждаемому Президентом Республики Беларусь.

Основанием для освобождения плательщиков от налога на добавленную стоимость служит заключение об отнесении продукции к изделиям народных художественных ремесел, выдаваемое экспертной комиссией по отнесению продукции организаций народных художественных ремесел к изделиям народных художественных ремесел.

Освобождение от налога на добавленную стоимость распространяется также на всех плательщиков, реализующих приобретенные изделия, указанные в части первой настоящего подпункта. Основанием для применения покупателем освобождения от налога на добавленную стоимость служит полученная от продавца копия заключения об отнесении продукции к изделиям народных художественных ремесел;

1.23. научно-исследовательских, опытно-конструкторских, опытно-технологических работ, зарегистрированных в государственном реестре научно-исследовательских, опытно-конструкторских, опытно-технологических работ в порядке, определяемом Президентом Республики Беларусь;

1.27. услуг, сопутствующих получению образования.

Для целей настоящего подпункта к услугам, сопутствующим получению образования, относятся:

1.27.1. проведение репетиционного тестирования;

1.27.2. прием и оформление документов для участия в централизованном тестировании;

1.27.3. проведение предварительной экспертизы квалификационной научной работы (диссертации) и рассмотрение квалификационной научной работы (диссертации) советом по защите диссертаций;

1.27.4. репетиторство (консультативные услуги по отдельным учебным предметам (предметам), учебным дисциплинам (дисциплинам), образовательным областям, темам, в том числе помощь в подготовке к централизованному тестированию);

1.28. платных услуг в сфере образования.

Для целей настоящего пункта к платным услугам в сфере образования относятся:

1.28.1. реализация образовательных программ дошкольного, общего среднего, специального, профессионально-технического, среднего специального, высшего, послевузовского образования;

1.28.2. реализация образовательной программы дополнительного образования детей и молодежи;

1.28.3. реализация образовательных программ дополнительного образования взрослых (за исключением образовательной программы обучающихся курсов (лектории, тематические семинары, практикумы, тренинги, офицерские курсы и иные виды обучающих курсов), образовательной программы совершенствования возможностей и способностей личности, реализуемых иными организациями и индивидуальными предпринимателями, которым в соответствии с законодательством предоставлено право осуществлять образовательную деятельность);

1.28.4. проведение повторной текущей и итоговой аттестации на платной основе;

1.28.5. проведение лабораторных работ и практических занятий со студентами (курсантами) и учащимися вне учебной группы;

1.29. услуг, оказываемых Высшей аттестационной комиссией Республики Беларусь за счет средств республиканского бюджета и связанных с аттестацией научных работников высшей квалификации, присвоением ученых званий, нострификацией (приравниванием) документов о присуждении ученых степеней и присвоении ученых званий, выданных в иностранных государствах, переедтестацией лиц, имеющих ученые степени и ученые звания иностранных государств, лишением (восстановлением) ученых степеней и ученых званий;

1.31. товаров (работ, услуг), произведенных (выполненных, оказанных) обучающимися и предусмотренных учебно-программной документацией, планом воспитательной работы учебного заведения, программами воспитания при осуществлении учебными заведениями видов деятельности по перечню, утверждаемому Советом Министров Республики Беларусь.

Для целей настоящего подпункта и пункта 50 статьи 208 настоящего Кодекса под товарами понимается продукция, произведенная обучающимися в процессе обучения и (или) воспитания;

1.32. услуг гидов-переводчиков, экскурсоводов, оказываемых в пределах Республики Беларусь, а также следующих туристических услуг по организации:

1.32.1. на территории Республики Беларусь экскурсионного обслуживания: услуг по подготовке, организации и проведению экскурсий;

услуг, оказываемых в составе тура, по организации и обеспечению питанием экскурсантов;

услуг, оказываемых в составе тура, по организации перевозок экскурсантов различными видами транспорта;

1.32.2. путешествий туристов в пределах Республики Беларусь:

услуг турагентов и туроператоров по организации комплексного туристического обслуживания;

услуг турагентов и туроператоров, оказываемых в составе тура, по организации размещения, питания туристов;

услуг, оказываемых в составе тура, по организации перевозок туристов различными видами транспорта;

услуг, оказываемых в составе тура, по организации спортивных, познавательных, оздоровительных, экскурсионных, культурно-зрелищных мероприятий в соответствии с программой туристического путешествия;

1.45. имущественных прав на изобретения, полезные модели, промышленные образцы, селекционные достижения, топологии интегральных микросхем, секреты производства (ноу-хау);

1.48. имущественных прав на результаты научной и научно-технической деятельности, сведения о которых содержатся в государственном реестре прав на результаты научной и научно-технической деятельности, а также материальных объектов, относящихся к этим правам, если реализация имущественных прав на результаты научной и научно-технической деятельности одновременно сопровождается передачей таких объектов.

Основанием для освобождения от налога на добавленную стоимость оборотов по реализации имущественных прав на результаты научной и научно-технической деятельности, а также оборотов по реализации материальных объектов, относящихся к этим правам, в соответствии с частью первой настоящего подпункта является соблюдение следующих требований:

сведения о номере и дате регистрации прав на результаты научной и научно-технической деятельности, наименование данных результатов, содержащиеся в государственном реестре прав на результаты научной и научно-технической деятельности, указываются в договорах, предусматривающих передачу имущественных прав на результаты научной и научно-технической деятельности их обладателем другому лицу или предоставление правообладателем другому лицу права на использование результатов научной и научно-технической деятельности;

осуществляется ведение раздельного учета оборотов по реализации имущественных прав на результаты научной и научно-технической деятельности и материальных объектов, относящихся к этим правам, а также распределение налоговых вычетов, относящихся к указанным оборотам по реализации, методом раздельного учета.

ПОСТАНОВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО КОМИТЕТА
ПО СТАНДАРТИЗАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
5 ДЕКАБРЯ 2011 г. № 85

**Об утверждении, введении в действие общегосударственного
классификатора Республики Беларусь
(Извлечение)**

Изменения и дополнения:

Постановление Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь от 28 мая 2012 г. № 26 <W212p0056>;

Постановление Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь от 11 февраля 2013 г. № 10 (зарегистрировано в Национальном реестре – № 8/26951 от 01.03.2013 г.) <W21326951p>;

Постановление Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь от 8 октября 2015 г. № 48 (зарегистрировано в Национальном реестре – № 8/30423 от 08.12.2015 г.) <W21530423p>;

Постановление Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь от 14 октября 2016 г. № 77 (зарегистрировано в Национальном реестре – № 8/31403 от 31.10.2016 г.) <W21631403p>;

Постановление Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь от 12 октября 2017 г. № 76 (зарегистрировано в Национальном реестре – № 8/32536 от 21.11.2017 г.) <W21732536p>;

Постановление Национального статистического комитета Республики Беларусь от 16 ноября 2018 г. № 122 (зарегистрировано в Национальном реестре – № 7/4181 от 23.11.2018 г.) <T21804181p>

В соответствии со статьями 9 и 18 Закона Республики Беларусь от 5 января 2004 года «О техническом нормировании и стандартизации» и подпунктом 6.3 пункта 6 Положения о Государственном комитете по стандартизации Республики Беларусь, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 31 июля 2006 г. № 981 «Вопросы Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь», Государственный комитет по стандартизации Республики Беларусь ПОСТАНОВЛЯЕТ:

Утвердить и ввести в действие с 1 января 2016 г. общегосударственный классификатор Республики Беларусь ОКРБ 005-2011 «Виды экономической деятельности».

Председатель

В.Н.Корешков

ВИДЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ВИДЫ ЭКАНАМІЧНАЙ ДЗЕЙНАСЦІ
TYPES OF ECONOMIC ACTIVITIES

Издание официальное
УДК 33(083)(476) МКС 35.040

Дата введения 2016-01-01

1 Область применения

Общегосударственный классификатор видов экономической деятельности (ОКЭД) является составной частью Единой системы классификации и кодирования технико-экономической и социальной информации Республики Беларусь.

В основу разработки данной редакции ОКЭД положена классификация видов экономической деятельности в Европейском экономическом сообществе (КДЕС, редакция 2.0), являющаяся статистическим инструментом для подготовки и распространения статистической информации Европейского союза, связанной с видами экономической деятельности. ОКЭД гармонизирован с КДЕС на уровне четырех знаков кода. Соответственно, в группировках до уровня четырех знаков кода включительно сохранены коды и объемы понятий, наименования данных группировок максимально приближены к КДЕС. Кроме того, в ОКЭД введен дополнительный уровень классификации – группировки с пятизначными кодами, учитывающие особенности национальной экономики.

Настоящий классификатор является основой для сбора и предоставления широкого спектра статистических данных по видам экономической деятельности в сферах экономической статистики (например, производства, занятости, национальных счетов) и других областях статистики.

ОКЭД предназначен для классификации юридических и физических лиц в соответствии с выполняемыми ими видами экономической деятельности и создания основы для подготовки статистических данных о результатах производства, затратах на производство, формировании капитала, финансовых операциях и т.п.

Статистическая информация по видам экономической деятельности, полученная на основе ОКЭД, сопоставима на европейском, а также на мировом уровнях.

При этом область применения ОКЭД выходит за рамки статистической деятельности. В целях обеспечения применения ОКЭД в иных, нестатистических сферах данный классификатор может использоваться для идентификации объектов правоотношений.

Правильность применения классификатора в нормативных правовых актах обеспечивается органом государственного управления, разработавшим и принявшим конкретный нормативный правовой акт. Определение по ОКЭД кода вида экономической деятельности,

относящегося к деятельности определенного юридического или физического лица, осуществляется данными лицами самостоятельно, за исключением случаев, установленных законодательством Республики Беларусь.

2 Определения и принципы классификации

Объектами классификации ОКЭД являются виды экономической деятельности юридических лиц, их структурных подразделений и физических лиц, осуществляющих экономическую деятельность.

Вид экономической деятельности (далее – вид деятельности) определяется как процесс, когда материальные ресурсы, оборудование, труд, технология сочетаются таким образом, что это приводит к получению однородного набора продуктов (товаров или услуг). Экономическая деятельность характеризуется вложением ресурсов (то есть затратами на производство), производственным процессом и выпуском продуктов. Продукт, полученный в результате такой деятельности, может передаваться или продаваться другим единицам (в рамках коммерческих или некоммерческих операций), переводиться в запасы или использоваться производственными единицами для собственного конечного потребления.

Некоторые виды деятельности представляют собой простые процессы, в ходе которых вводимые ресурсы превращаются в продукт (например, ткачество или окраска тканей), а другие характеризуются сложными комплексными этапами, каждый из которых входит в отдельную классификационную группировку (например, производство автомобилей или создание компьютерных систем).

Для того чтобы создать полную статистическую картину экономики, нужен широкий спектр статистических данных, но при этом организационный уровень, на котором возможно собрать данные, меняется в зависимости от типа данных. Например, организация, осуществляющая деятельность в нескольких географически разных местах, может получать данные о прибыли только из основного местонахождения организации, тогда как данные о производстве можно получать и из географически разных мест осуществления деятельности. Поэтому, чтобы наблюдать за статистическими данными и их анализировать, применяют систему **статистических единиц**, в соответствии с которыми можно собирать и классифицировать данные по ОКЭД. Каждая статистическая единица является конкретным субъектом, определяемым таким образом, чтобы его было возможно опознать и идентифицировать. Это может быть идентифицируемое юридическое или физическое лицо, структурное подразделение юридического лица или статистическая единица по месту нахождения цеха предприятия.

Деятельность статистической единицы может относиться к одному или нескольким видам деятельности, классифицируемым в различных группировках ОКЭД.

Основным видом деятельности является вид деятельности, который создает наибольшую часть общей добавленной стоимости данной статистической единицы (далее – единица). Основной вид деятельности определяется по нисходящему методу (приведен в 4.4) и не обязательно создает 50 % или более общей добавленной стоимости единицы.

Продукты основного вида деятельности являются основными или побочными. Побочные продукты представляют собой продукты, которые обязательно получают наряду с основными продуктами (например, шкуры, получаемые при забое животных для производства мяса).

Второстепенный вид деятельности – это вид деятельности, направленный на производство продуктов для третьих лиц, но не являющийся основным.

Добавленная стоимость, создаваемая второстепенным видом деятельности, всегда меньше, чем создаваемая основным видом деятельности.

Следует проводить различие между основной и второстепенной деятельностью, с одной стороны, и вспомогательной деятельностью – с другой. Основной и второстепенные виды деятельности обычно осуществляются при помощи различных вспомогательных видов деятельности, таких как бухгалтерский учет, перевозка, хранение, закупка, стимулирование сбыта, ремонт и техническое обслуживание и т.д. Таким образом, **вспомогательный вид деятельности** – вид деятельности, направленный на поддержку основного и второстепенных видов деятельности статистической единицы, заключающийся в производстве товаров и услуг, предназначенных только для потребления в рамках данной единицы.

Деятельность является вспомогательной, если одновременно она отвечает следующим условиям:

- а) обслуживает только данную единицу и (или) единицы, ей принадлежащие;
- б) исходные материалы составляют часть расходов единицы;
- в) продукты (как правило, услуги, редко – товары) не являются частью конечных продуктов единицы и не участвуют в формировании основного капитала;
- г) подобная деятельность в сходных масштабах осуществляется в других подобных производственных единицах.

К вспомогательным видам деятельности не относятся следующие виды деятельности:

- а) производство товаров и услуг, способствующих формированию основного капитала; например, осуществление собственного капитального строительства, которое при наличии самостоятельной системы учета подлежит раздельной классификации по строительству;
- б) производство продукции, значительная часть которой предназначена для продажи на рынке, даже в том случае, если определенная ее доля потребляется для нужд основного или второстепенных видов деятельности;
- в) производство товаров, которые становятся физическим компонентом продукции основного и (или) второстепенных видов деятельности (например, производство цехом предприятия коробок, предназначенных для упаковки его продукции);
- г) выработка электрической энергии на входящей в состав предприятия электростанциях даже в том случае, если вся их продукция покрывает потребности исключительно предприятия, в состав которого они входят;
- д) покупка товаров с целью их перепродажи в неизменном виде;
- е) научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, если они не являются услугами, предоставляемыми исключительно для текущего производственного процесса.

Вспомогательную деятельность единицы следует учитывать по ее основной или соответствующей второстепенной деятельности.

При определении вида деятельности единицы не учитывается форма собственности, юридический статус, характер деятельности, поскольку такие критерии не имеют отношения к характеристике самого вида деятельности. Единицы, осуществляющие один и тот же вид деятельности, классифицируются одинаково, независимо от того, являются ли они коммерческими организациями (их частью) или государственными учреждениями, контролируются ли иностранными юридическими лицами и состоит ли единица из одного или нескольких структурных подразделений или предприятий.

ОКЭД не проводит различий между материальной и нематериальной сферой, внутренней и внешней торговлей, коммерческими и некоммерческими видами деятельности, официальным и неофициальным производством.

Классификация видов деятельности осуществляется независимо от характера труда: механизированного или ручного, фабричного или надомного. Современный или традиционный характер деятельности также не является критерием для ОКЭД.

Таблица 2

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
18	ПОЛИГРАФИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ТИРАЖИРОВАНИЕ ЗАПИСАННЫХ НОСИТЕЛЕЙ ИНФОРМАЦИИ
	<p>Данный раздел охватывает полиграфическое исполнение такой продукции, как газеты, журналы, книги, бланки ценных бумаг и документов с определенной степенью защиты, документы с определенной степенью защиты, поздравительные открытки и т.п., а также виды деятельности, способствующие производству полиграфической продукции, такие как допечатная деятельность, брошюровочно-переплетная и отделочная деятельность. Виды деятельности, способствующие производству полиграфической продукции, включенные в данный раздел, являются неотъемлемой частью полиграфического производства, а соответствующие продукты (например, печатные формы, газеты, записи на компакт-дисках (CD) или компьютерные файлы с макетом полиграфической продукции), будучи неотъемлемой частью полиграфического производства, практически всегда являются результатом данных видов деятельности.</p>
	<p>Процессы, используемые в полиграфии, включают разнообразные методы переноса изображения с печатных форм, растра или из компьютерного файла на бумагу, пластмассу, металл, текстиль или дерево (офсетную, глубокую, трафаретную и флексографическую печать, печать с применением копировальных множительных машин, компьютерных воспроизводящих устройств).</p>
	<p>Данный раздел также включает тиражирование носителей записей, таких как звукозаписи, видеозаписи, программное обеспечение на магнитных лентах, компакт-дисках (CD), цифровых дисках (DVD-дисках) и т.п.</p>
	<p>Этот раздел исключает:</p>
	<p>– издательскую деятельность (классифицируется в J).</p>
181	Полиграфическая деятельность и предоставление услуг в данной области
	<p>Эта группа включает:</p>
	<p>– печатание газет, журналов, книг, бланков ценных бумаг и документов с определенной степенью защиты, документов с определенной степенью защиты, поздравительных открыток и прочей полиграфической продукции;</p>
	<p>– допечатную подготовку, изготовление печатных форм, переплетно-брошюровочные и отделочные процессы.</p>
1811	Печатание газет

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
18110	Печатание газет
	Этот подкласс включает:
	– печатание газет и прочих печатных средств массовой информации, выпускаемых не реже четырех раз в неделю.
	Этот подкласс исключает:
	– издание газет и прочих печатных средств массовой информации (классифицируется в 581);
	– снятие копий с документов (классифицируется в 82190).
1812	Печатание прочей полиграфической продукции
18121	Печатание бланков ценных бумаг и документов с определенной степенью защиты, документов с определенной степенью защиты
	Этот подкласс включает:
	– печатание бланков ценных бумаг;
	– печатание бланков документов с определенной степенью защиты;
	– печатание документов с определенной степенью защиты.
18129	Печатание прочей полиграфической продукции, не включенной в другие группировки
	Этот подкласс включает:
	– печатание журналов и прочих печатных средств массовой информации, выпускаемых реже четырех раз в неделю;
	– печатание книг, брошюр, музыкальных нот и партитур, карт, планов, атласов и иной картографической продукции, плакатов, рекламных каталогов, проспектов и прочей полиграфической рекламной продукции, альбомов, дневников, календарей и прочей полиграфической продукции, кроме изготовленной с элементами (средствами) защиты от подделки;
	– печатание этикеток или ярлыков;
	– печатание на текстильных изделиях, пластмассе, стекле, металле, дереве и керамике.
	Печатание может осуществляться высокой печатью, офсетной печатью, глубокой печатью, флексографической печатью, литографической печатью, графаретной печатью, а также с применением других печатных машин, копировальных множительных машин, компьютерных воспроизводящих устройств, включая оперативную полиграфию. Печатный материал, как правило, защищен авторским правом.
	Этот подкласс исключает:
	– производство канцелярских товаров (журналов регистрационных, книг бухгалтерских, бланков, тетрадей, блокнотов и т.п.), когда напечатанная информация не является главной характеристикой изделия (классифицируется в 17230);
	– печатание почтовых марок, бланков ценных бумаг и документов с определенной степенью защиты, документов с определенной степенью защиты (классифицируется в 18121);

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
	– издание полиграфической продукции (классифицируется в 581);
	– снятие копий с документов (классифицируется в 82190).
1813	Деятельность по подготовке материалов к печати и распространению
18130	Деятельность по подготовке материалов к печати и распространению
	Этот подкласс включает:
	– типографский набор, фотонабор, допечатную подготовку данных, включая сканирование и оптическое распознавание символов, электронную верстку;
	– подготовку файлов с данными для универсального применения (печати на бумаге, записи на компакт-диски (CD), цифровые диски (DVD), размещения в сети Интернет);
	– изготовление печатных форм для высокой и офсетной печати, включая регулировку параметров оттиска;
	– подготовку цилиндров: гравирование и травление цилиндров для глубокой печати;
	– создание форм с помощью технологии «компьютер – печатная форма», «компьютер – фотоформа»;
	– подготовку печатных форм и штампов для тиснения и печати;
	– подготовку художественных работ технического плана, таких как литографические камни и ксилографические клише;
	– подготовку средств для презентаций, например прозрачных слайдов и т.п.;
	– подготовку эскизов, моделей, макетов полиграфической продукции;
	– получение пробных (корректирных) оттисков.
	Этот подкласс исключает:
	– работы по проведению специализированного дизайна (классифицируются в 74100).
1814	Брошуровочно-переплетная, отделочная деятельность и сопутствующие услуги
18140	Брошуровочно-переплетная, отделочная деятельность и сопутствующие услуги
	Этот подкласс включает:
	– брошуровочно-переплетную и отделочную деятельность для завершения создания книг, брошюр, журналов, каталогов и т.п.: фальцовку, подборку тетрадей, шитье проволокой внакидку, склеивание, подборку и комплектование блоков из тетрадей, шитье проволокой втачку, шитье нитками, бесшвейно-клеевое скрепление, обрезку, тиснение;
	– переплетение и отделку отпечатанных бумаги и картона (например, бланков, визитных карточек, этикеток, календарей): фальцовку, блинговое и конгревное тиснение, складывание, просверливание, прокалывание, пробивку отверстий, перфорацию, скрепление, проклеивание, ламинирование;
	– завершающую подготовку для компакт-дисков (CD), цифровых дисков (DVD);

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
	– подготовку обложек, подготовку изданий для слепых на языке Брайля, рассылку полиграфической продукции и т.д.
182	Тиражирование записанных носителей информации
1820	Тиражирование записанных носителей информации
18200	Тиражирование записанных носителей информации
	Этот подкласс включает:
	– копирование на грампластинки, магнитные ленты, компакт-диски (CD), цифровые диски (DVD) и прочие носители информации музыкальных и других звукозаписей с оригинальной матрицы (мастер-копии);
	– копирование на магнитные ленты, компакт-диски (CD), цифровые диски (DVD) и прочие носители информации фильмов и других видеозаписей с оригинальной матрицы (мастер-копии);
	– копирование на магнитные ленты, компакт-диски (CD), цифровые диски (DVD) и прочие носители информации программ и данных с оригинальной матрицы (мастер-копии).
	Этот подкласс исключает:
	– тиражирование полиграфической продукции (классифицируется в 18110, 18121, 18129);
	– издание программного обеспечения (классифицируется в 582);
	– производство и распространение кинофильмов, видеозаписей, видеофильмов на цифровых дисках (DVD) или подобных носителях (классифицируются в 59110, 59120, 59130);
	– тиражирование кинофильмов для кинопроката (классифицируется в 59120);
	– производство оригинальных звуковых мастер-записей (классифицируется в 59200).
СЕКЦИЯ J	ИНФОРМАЦИЯ И СВЯЗЬ
	Данная секция включает создание и распространение информационных материалов и продукции, предоставление средств передачи и размещения этих материалов, а также деятельность в сфере телекоммуникаций, информационных технологий, обработки данных и прочего информационного обслуживания.
	Основными составляющими данной секции являются издательская деятельность, включая издание программного обеспечения (раздел 58), деятельность кино- и звукозаписывающих компаний (раздел 59), деятельность в области радио- и телевидения (раздел 60), деятельность в области телекоммуникаций (раздел 61), деятельность, связанная с информационными технологиями (раздел 62), и деятельность в области информационного обслуживания (раздел 63).

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
	Издательская деятельность включает приобретение авторских прав на содержимое продукции (информационных продуктов) и их опубликование путем воспроизведения и распространения содержимого в различных формах. В данную секцию также включены все возможные формы издания (в печатной, электронной или аудиоформе, по сети Интернет, в виде мультимедийных продуктов, таких как справочники на компакт-дисках и т.д.).
	Деятельность, связанная с производством и распространением телевизионных программ, охвачена в разделах 59, 60 и 61, отражающих различные стадии данного процесса. Производство кинофильмов, телесериалов и т.д. осуществляется в рамках деятельности, описанной в разделе 59, в то время как производство радио-, телевизионных программ и трансляция новостей в прямом эфире включены в раздел 60. Раздел 60 также включает радио- и телевещание программ производителем. Распространение готовой телевизионной программы третьими сторонами (то есть без каких-либо изменений содержания) включено в раздел 61. Подобное распространение, описанное в разделе 61, может быть осуществлено через системы радио- и телевещания, спутниковые или кабельные системы.
ПОДСЕКЦИЯ JA	ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ АУДИО- И ВИДЕОЗАПИСИ, ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ И ВЕЩАНИЯ
58	Издательская деятельность
	Этот раздел включает:
	– издание книг, брошюр, буклетов, словарей, энциклопедий, карт, планов, атласов и иной картографической продукции и чертежей;
	– издание газет, журналов и прочих печатных средств массовой информации, адресных списков и других видов печатных изданий;
	– издание программного обеспечения;
	– приобретение авторских прав на содержимое продукции (информационных продуктов) и их опубликование путем воспроизведения и распространения содержимого в различных формах;
	– все возможные формы издания (в печатной, электронной или аудиоформе, по сети Интернет, в виде мультимедийных продуктов, таких как справочники на компакт-дисках и т.д.);
	– издание бланков ценных бумаг и документов с определенной степенью защиты, документов с определенной степенью защиты.
	Этот раздел исключает:
	– полиграфическую деятельность и массовое тиражирование носителей записей (классифицируются в 18110, 18121, 18129 и 18200);
	– выпуск в прокат кинофильмов, издание видеофильмов и фильмов на цифровых видеодисках (DVD) или аналогичных носителях (классифицируются в 59);

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
	– производство оригинальных звуковых мастер-записей (классифицируется в 59).
581	Издание книг, периодических публикаций и другие виды издательской деятельности
	Эта группа включает:
	– деятельность по изданию книг, газет, журналов и других печатных средств массовой информации, справочников и адресных списков и прочей продукции, такой как фотографии, эстампы, почтовые открытки, расписания, формуляры, плакаты и художественные репродукции. Характерной особенностью этих работ является то, что для их создания необходим интеллектуальный и творческий потенциал, и авторские права на них, как правило, защищены;
	– издание бланков ценных бумаг и документов с определенной степенью защиты, документов с определенной степенью защиты.
5811	Издание книг
58110	Издание книг
	Этот подкласс включает:
	– деятельность, связанную с изданием книг в печатном и электронном виде (компакт-диски, электронный дисплей и т.д.), в аудиоформате или в сети Интернет:
	• издание книг, брошюр, буклетов, учебников и подобной печатной продукции, включая издание словарей и энциклопедий;
	• издание карт, планов, атласов и иной картографической продукции;
	• издание чертежей;
	• издание аудио-книг;
	• издание детских книг-картинок, книг для рисования или раскрашивания;
	• издание энциклопедий и аналогичных публикаций на компакт-дисках (CD).
	Этот подкласс исключает:
	– изготовление глобусов (классифицируется в 32999);
	– издание рекламных материалов (классифицируется в 58199);
	– издание музыкальных книг и партитур (классифицируется в 59200);
	– деятельность независимых авторов (классифицируется в 90030).
5812	Издание справочников и адресных списков
58120	Издание справочников и адресных списков
	Этот подкласс включает:
	– издание рассылочных или информационных списков (баз данных) с защищенными правами на их форму, но не на содержание:
	• издание адресных списков;
	• издание телефонных справочников;
	• издание прочих справочников, таких как справочники фармацевтических препаратов и т.д.

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
	Подобные списки могут издаваться как в печатном, так и электронном виде.
5813	Издание газет
58130	Издание газет
	Этот подкласс включает:
	– издание газет, включая рекламные газеты, выпускаемые не реже четырех раз в неделю. Издание может осуществляться как в печатном, так и в электронном виде, в том числе в сети Интернет.
	Этот подкласс исключает:
	– деятельность агентств новостей (классифицируется в 63910).
5814	Издание журналов и периодических публикаций
58140	Издание журналов и периодических публикаций
	Этот подкласс включает:
	– издание журналов и прочих печатных средств массовой информации, выпускаемых не реже четырех раз в неделю;
	– издание программ радио- и телепередач.
	Издание может осуществляться как в печатном, так и в электронном виде, в том числе в сети Интернет.
5819	Прочие виды издательской деятельности
58191	Издание бланков ценных бумаг и документов с определенной степенью защиты, документов с определенной степенью защиты
	Этот подкласс включает:
	– издание бланков ценных бумаг;
	– издание бланков документов с определенной степенью защиты;
	– издание документов с определенной степенью защиты.
58199	Прочие виды издательской деятельности, не включенные в другие группировки
	Этот подкласс включает:
	– издание (в том числе в режиме онлайн):
	• каталогов;
	• фотографий, эстампов, почтовых открыток;
	• поздравительных открыток;
	• реестров, справочных материалов и т.п.;
	• календарей и переводных картинок;
	• плакатов, художественных репродукций;
	• рекламных материалов;
	• прочих печатных материалов;
	– издание статистических и других материалов в режиме онлайн.
	Этот подкласс исключает:
	– издание рекламных газет (классифицируется в 58130);

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
	– предоставление программного обеспечения в режиме онлайн (хостинг приложений и предоставление услуг приложений) (классифицируется в 63110);
	– издание бланков учетной и отчетной документации, фирменных бланков, удостоверений, пропусков, отнесенных к бланкам документов с определенной степенью защиты (классифицируется в 58191).
582	Издание программного обеспечения
5821	Издание компьютерных игр
58210	Издание компьютерных игр
	Этот подкласс включает:
	– издание компьютерных игр для любых платформ.
5829	Издание прочего программного обеспечения
58290	Издание прочего программного обеспечения
	Этот подкласс включает:
	– издание готового программного обеспечения общего применения, включая перевод или адаптацию программного обеспечения общего применения для определенного рынка за собственный счет:
	• операционных систем;
	• деловых и прочих прикладных программ.
	Этот подкласс исключает:
	– копирование программного обеспечения (классифицируется в 18200);
	– розничную торговлю программным обеспечением общего применения (классифицируется в 47410);
	– производство программного обеспечения, не связанного с изданием, включая перевод или адаптацию несистемного программного обеспечения для определенного рынка на основе комиссионных выплат или условий договора (классифицируется в 62010);
	– предоставление программного обеспечения в режиме онлайн (хостинг приложений и предоставление услуг приложений) (классифицируется в 63110).
59	ПРОИЗВОДСТВО КИНО-, ВИДЕОФИЛЬМОВ И ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПРОГРАММ, ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ЗВУКОЗАПИСИ И ИЗДАНИЯ МУЗЫКАЛЬНЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ
	Этот раздел включает:
	– производство кинофильмов и других фильмов, снятых на киноплёнку, на видеоленту или на диски, для демонстрации в кинотеатрах, на других стационарных и передвижных киноустановках или для показа по телевидению;
	– деятельность, способствующую производству кино- и видеофильмов, такую как монтаж кинофильмов, редактирование, дубляж фильмов и т.д.;

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
	– распространение кинофильмов и других фильмов для демонстрации в кинотеатрах, на других стационарных и передвижных киноvideоустановках, в телевизионных сетях и т.д.;
	– покупку и продажу прав на распространение кинофильмов и других фильмов;
	– показ кинофильмов и других фильмов;
	– деятельность в сфере звукозаписи, то есть создание оригинальных звукозаписей, их выпуск, рекламу и распространение, издание музыкальной продукции, а также услуги по звукозаписи в студиях и иными методами.
591	Деятельность по производству, распространению кино-, видеофильмов и телевизионных программ, показу кинофильмов
5911	Деятельность по производству кино-, видеофильмов и телевизионных программ
59110	Деятельность по производству кино-, видеофильмов и телевизионных программ
	Этот подкласс включает:
	– производство кино-, видеофильмов и телевизионных программ (телесериалов, документальных фильмов и т.д.) или телевизионной рекламы.
	Этот подкласс исключает:
	– тиражирование фильмов (за исключением тиражирования кинофильмов для демонстрации в кинотеатрах, на других стационарных и передвижных киноvideоустановках), а также тиражирование аудио- и видеозаписей, компакт-дисков (CD) и цифровых видеодисков (DVD) с оригинальной матрицы (мастер-копии) (классифицируются в 18200);
	– оптовую торговлю видеокассетами, компакт-дисками (CD), цифровыми видеодисками (DVD) с записями (классифицируется в 46432);
	– розничную торговлю видеокассетами, компакт-дисками (CD), цифровыми видеодисками (DVD) (классифицируется в 47630);
	– постпроизводственную деятельность, связанную с кинофильмами, видеопродукцией и телевизионными программами (классифицируется в 59120);
	– телевизионное вещание (классифицируется в 60200);
	– создание полной программной сетки телевизионного канала (классифицируется в 60200);
	– видеосъемку событий по заказам населения (классифицируется в 74200);
	– услуги по производству слайд-фильмов (классифицируются в 74200);
	– деятельность персональных агентов или агентств, действующих от имени отдельных актеров театра и кино, других представителей творческих профессий (классифицируется в 74909);
	– самостоятельную деятельность актеров, художников-мультипликаторов, режиссеров, декораторов и прочих технических специалистов (классифицируется в 900).

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
5912	Постпроизводственный этап изготовления кино-, видеофильмов и телевизионных программ
59120	Постпроизводственный этап изготовления кино-, видеофильмов и телевизионных программ
	Этот подкласс включает:
	– постпроизводственную деятельность, связанную с кинофильмами, видеопродукцией и телевизионными программами, такую как:
	• монтаж, снабжение субтитрами, вставка заглавных и конечных титров;
	• наложение субтитров;
	• компьютерная графика, мультипликация и специальные эффекты;
	• перенос материала с киноплёнки на магнитную ленту или с магнитной ленты на киноплёнку;
	– деятельность кинологических и специальных лабораторий анимационных (мультипликационных) фильмов:
	• проявление и обработку киноплёнки;
	• тиражирование кинофильмов для демонстрации в кинотеатрах, на других стационарных и передвижных киноустановках;
	– деятельность фильмотек по хранению снятых плёнок (фильмов).
	Этот подкласс исключает:
	– тиражирование фильмов (за исключением тиражирования кинофильмов для демонстрации в кинотеатрах, на других стационарных и передвижных киноустановках), а также тиражирование аудио- и видеозаписей, компакт-дисков (CD) и цифровых видеодисков (DVD) с мастер-дисков (классифицируются в 18200);
	– оптовую торговлю видеокассетами, компакт-дисками (CD), цифровыми видеодисками (DVD) с записями (классифицируется в 46432);
	– розничную торговлю видеокассетами, компакт-дисками (CD), цифровыми видеодисками (DVD) (классифицируется в 47630);
	– обработку плёнок, кроме обработки киноплёнок для кинематографии (классифицируется в 74200);
	– наложение субтитров в реальном режиме времени (то есть синхронно) в ходе идущих в прямом эфире телевизионных программ, прямой трансляции встреч, заседаний, конференций и т.д. (классифицируется в 82990).
5913	Деятельность по распространению кино-, видеофильмов и телевизионных программ
59130	Деятельность по распространению кино-, видеофильмов и телевизионных программ
	Этот подкласс включает:
	– распространение кинофильмов, видеокассет, фильмов на цифровых видеодисках (DVD) и аналоговой продукции для демонстрации в кинотеатрах, на других стационарных и передвижных киноустановках, в телевизионных сетях и каналах, а также на выставках;

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
	– покупку и продажу прав на распространение кино- и видеофильмов.
	Этот подкласс исключает:
	– тиражирование фильмов (за исключением тиражирования кинофильмов для демонстрации в кинотеатрах, на других стационарных и передвижных киновидеоустановках), а также тиражирование аудио- и видеозаписей, компакт-дисков (CD) и цифровых видеодисков (DVD) с мастер-дисков (классифицируются в 18200);
	– оптовую торговлю видеокассетами, компакт-дисками (CD), цифровыми видеодисками (DVD) с записями (классифицируется в 46432);
	– розничную торговлю записанными видеокассетами, компакт-дисками (CD), цифровыми видеодисками (DVD) (классифицируется в 47630);
	– телевизионное вещание (классифицируется в 60200);
	– прокат видеокассет и цифровых видеодисков (DVD) населению (классифицируется в 77220).
5914	Деятельность по показу кинофильмов
59140	Деятельность по показу кинофильмов
	Этот подкласс включает:
	– демонстрацию кинофильмов или видеороликов в кинотеатрах, на открытых площадках и в прочих местах, предназначенных для просмотра фильмов;
	– деятельность кино клубов.
	Этот подкласс исключает:
	– телевизионное вещание (классифицируется в 60200).
592	Деятельность в сфере звукозаписи и издания музыкальных произведений
5920	Деятельность в сфере звукозаписи и издания музыкальных произведений
59200	Деятельность в сфере звукозаписи и издания музыкальных произведений
	Этот подкласс включает:
	– деятельность по производству оригинальных (звуковых) мастер-записей, таких как оригиналы записей на пленке, мастер-диски;
	– услуги звукозаписи в студии или в другом помещении, включая производство записанных (то есть идущих не в прямом эфире) радиопрограмм;
	– издание музыкальных произведений, то есть деятельность по:
	• приобретению и регистрации авторских прав на музыкальные композиции;
	• рекламе, выдаче разрешений и использованию данных музыкальных композиций в записях, на радио, телевидении, в кинофильмах, на концертах и в спектаклях, в печатной форме и на других носителях;
	• распространению звукозаписей организациям оптовой и розничной торговли или непосредственно населению.
	Организации, занятые в данной деятельности, могут владеть авторскими правами или действовать в роли администратора от имени владельцев авторских прав;

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
	– размещение в сети Интернет базы музыкальных произведений;
	– издание музыкальных книг и партитур.
	Этот подкласс исключает:
	– тиражирование с мастер-копий музыкальных и других звукозаписей (классифицируется в 18200);
	– оптовую торговлю видеокассетами, компакт-дисками (CD), цифровыми видеодисками (DVD) с записями (классифицируется в 46432);
	– розничную торговлю видеокассетами, компакт-дисками (CD), цифровыми видеодисками (DVD) (классифицируется в 47630).
60	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПО СОЗДАНИЮ ПРОГРАММ. РАДИО- И ТЕЛЕ-ВЕЩАНИЕ
	Этот раздел включает:
	– деятельность по созданию содержания радио- и телевизионных программ, в том числе информационных и развлекательных передач, новостей, ток-шоу и т.д., или по приобретению прав на распространение содержания с последующей трансляцией перечисленных программ;
	– передачу данных, обычно объединяемых с радио- или телевизионным вещанием. Телерадиовещание может осуществляться с применением различных технологий: эфирное вещание, спутниковое вещание, вещание по кабельным сетям или через сеть Интернет;
	– производство программ, которые обычно создаются для определенной аудитории (программы ограниченного формата, такие как новости, спортивные, образовательные и молодежные программы) на основе подписки или за плату, а также программы для третьих сторон с целью последующего радиовещания широкой общественности.
	Этот раздел исключает:
	– деятельность по распространению кабельных и прочих программ, демонстрируемых по подписке (классифицируется в 61).
601	Радиовещание
6010	Радиовещание
60100	Радиовещание
	Этот подкласс включает:
	– передачу аудиосигналов через студии радиовещания и трансляционные установки, передающие звуковые программы населению, радиоузлам или абонентам;
	– деятельность радиосетей, то есть сбор и передачу звуковых программ через радиоузлы абонентам по эфирным, спутниковым или кабельным каналам;
	– радиовещание через Интернет (интернет-радиостанции);
	– передачу данных по каналам радиовещания.
	Этот подкласс исключает:
	– производство записанных (то есть идущих не в прямом эфире) радиопрограмм (классифицируется в 59200).

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
602	Деятельность по созданию телевизионных программ и телевидение
6020	Деятельность по созданию телевизионных программ и телевидение
60200	Деятельность по созданию телевизионных программ и телевидение
	Этот подкласс включает:
	– создание полной программной сетки телевизионного канала на основе покупаемых программных элементов (например, художественных или документальных фильмов и т.д.), а также самостоятельно производимых программных элементов (например, местные новости, репортажи в прямом эфире) или их комбинирования. Эта полная программная сетка телевизионного канала может либо транслироваться производителем, либо производиться с целью передачи третьим сторонам для дальнейшего распространения, таким как компании, предоставляющие услуги кабельного или спутникового телевидения. Данные программы могут предназначаться для вещания на широкую или узкую аудиторию (например, программы ограниченного формата, такие как новости, спортивные, образовательные или молодежные программы); их вещание может осуществляться на общедоступных каналах или только по подписке;
	– создание программ для каналов, демонстрирующих видео по запросу;
	– передачу данных по каналам телевидения (например, телетекста).
	Этот подкласс исключает:
	– <i>производство элементов телевизионных программ (например, художественных и документальных фильмов, ток-шоу, рекламы и т.д.), не связанных с телевидением (классифицируется в 59110);</i>
	– <i>объединение полного комплекта каналов и распространение такого комплекта без создания программ (классифицируется в 61).</i>
74	ПРОЧАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ, НАУЧНАЯ И ТЕХНИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
	Данный раздел включает предоставление профессиональных, научных и технических услуг (за исключением деятельности в области права и бухгалтерского учета; архитектурных и инженерных работ; технических испытаний и анализа; управления и консультирования по управлению; научных исследований и разработок; рекламной деятельности).
741	Специализированные работы по дизайну
7410	Специализированные работы по дизайну
74100	Специализированные работы по дизайну
	Этот подкласс включает:
	– моделирование текстильных изделий, одежды, обуви, драгоценных украшений, мебели, прочих предметов оформления интерьера, моделирование других предметов личного пользования и бытовых изделий;

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
	– промышленный дизайн, включающий создание и разработку проектов и технических характеристик, которые оптимизируют использование, ценность и внешний вид продукции, включая выбор материалов, механизмов, формы, цвета, с учетом имеющегося спроса, требований безопасности и потребностей рынка в распространении, использовании и обслуживании;
	– деятельность графических дизайнеров;
	– деятельность дизайнеров интерьера.
	Этот подкласс исключает:
	– дизайн и программирование веб-страниц (классифицируются в 62010);
	– архитектурный дизайн (классифицируется в 71110);
	– инженерный дизайн (применение физических законов и принципов инженерии в конструировании машин, материалов, инструментов, структур, процессов и систем) (классифицируется в 71121).
742	Деятельность в области фотографии
7420	Деятельность в области фотографии
74200	Деятельность в области фотографии
	Этот подкласс включает:
	– производство фоторабот:
	• изготовление портретных фотографий для документов;
	• изготовление школьных, свадебных фотографий и т.п.;
	• изготовление фотографий для целей рекламы, издательской продукции, журналов мод, операций с недвижимостью, для целей туризма;
	• моментальную фотографию;
	• аэрофотосъемку;
	• видеосъемку событий: свадеб, юбилеев, встреч и т.п.;
	– обработку фотопленок:
	• проявление, печатание и увеличение с негативов или кинопленок, снятых клиентами;
	• проявление фотопленки и печать фотографий;
	• вставку слайдов в рамки;
	• пересъемку, восстановление и ретуширование фотографий;
	– деятельность фотокорреспондентов;
	– микрофильмирование документов.
	Этот подкласс исключает:
	– обработку кинопленки, связанной с кинематографией и телевидением (классифицируется в 59120);
	– картографическую деятельность (классифицируется в 71123);
	– услуги фотокопирования (классифицируются в 82190);
	– предоставление индивидуальных услуг с помощью фотоавтоматов, оснащенных кутюприемником (классифицируется в 96090).

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
743	Деятельность по письменному и устному переводу
7430	Деятельность по письменному и устному переводу
74300	Деятельность по письменному и устному переводу
749	Прочая профессиональная, научная и техническая деятельность, не включенная в другие группировки
7490	Прочая профессиональная, научная и техническая деятельность, не включенная в другие группировки
74901	Деятельность по оценке, кроме оценки, связанной с недвижимым имуществом или страхованием
	Этот подкласс включает:
	– услуги по оценке, включая оценку транспортных средств, антиквариата и объектов интеллектуальной собственности.
	Этот подкласс исключает:
	– оценку, связанную со страхованием (классифицируется в 66210);
	– оценку недвижимого имущества, не связанную со страхованием (классифицируется в 68311).
74909	Иная профессиональная, научная и техническая деятельность
	Этот подкласс включает:
	– организацию сделок купли и продажи патентов;
	– прогнозирование погоды;
	– консультационные услуги в области безопасности;
	– консультационные услуги в области сельского хозяйства;
	– консультационные услуги в области окружающей среды;
	– прочие консультационные технические услуги, кроме консультирования в области архитектуры, инженерии и управления;
	– работу инженеров-сметчиков;
	– деятельность персональных агентов и агентств, осуществляемую от имени отдельных лиц (обычно связанную с заключением контрактов (договоров) на участие в кинофильмах, театральных постановках и других развлекательных или спортивных мероприятиях и т.п.).
	Этот подкласс исключает:
	– оптовую торговлю поддержанными автомобилями и мотоциклами на аукционах (классифицируется в 451);
	– деятельность аукционных домов, осуществляющих розничную торговлю (классифицируется в 47790);
	– деятельность интернет-аукционов, осуществляющих розничную торговлю (классифицируется в 47910);
	– деятельность в области бухгалтерского учета (классифицируется в 69202);
	– деятельность по консультированию в области управления (классифицируется в 70220);

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
	– консультационные услуги в области архитектуры и инженерно-технических вопросов (классифицируются в 711);
	– ветеринарный контроль и контроль за производством продуктов питания (классифицируются в 71200);
	– деятельность по созданию рекламы (классифицируется в 73110);
	– промышленный дизайн (классифицируется в 74100);
	– деятельность агентов и агентств по подбору актеров театра и кино, других представителей творческих профессий (классифицируется в 78100);
	– деятельность по организации профессиональных выставок, конгрессов, конференций, деловых встреч (классифицируется в 82300);
	– взыскание платежей по счетам и оценку кредитоспособности (классифицируются в 82910);
	– деятельность по организации и проведению аукционов, кроме проводимых в связи с судебными процессами (классифицируется в 82990);
	– управление программы привлечения покупателей, поощрения постоянных клиентов (классифицируется в 82990);
	– услуги социального характера, связанные с консультированием (классифицируются в 88990).
8299	Прочая деятельность по предоставлению вспомогательных коммерческих услуг, не включенная в другие группировки
82990	Прочая деятельность по предоставлению вспомогательных коммерческих услуг, не включенная в другие группировки
	Этот подкласс включает:
	– деятельность в области стенографирования и последующую расшифровку записанных материалов, включая стенографирование судебных заседаний и общественные стенографические услуги;
	– наложение субтитров в режиме реального времени (то есть синхронно) в ходе телевизионных программ, идущих в прямом эфире, прямой трансляции встреч, заседаний, конференций и т.п.;
	– услуги штрихового кодирования адресов;
	– услуги по нанесению штриховых кодов;
	– услуги по организации мероприятий по сбору средств за вознаграждение или на договорной основе;
	– деятельность по организации и проведению аукционов, кроме проводимых в связи с судебными процессами;
	– управление программами привлечения покупателей, поощрения постоянных клиентов (например, выпуск и распространение купонов и дисконтных карт, дающих право на скидку или бесплатное приобретение товаров);
	– услуги взыскания заложенного имущества;
	– снятие показаний с приборов учета расхода тепловой энергии, газа, воды, электроэнергии;

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
	– услуги по сбору монет из парковочных счетчиков;
	– прочие вспомогательные коммерческие услуги, не отнесенные к другим группировкам.
	Этот подкласс исключает:
	– наложение заголовков или субтитров в фильмах или на пленке (классифицируется в 59120);
	– приобретение и регистрацию авторских прав на музыкальные композиции (классифицируются в 59200);
	– поиск информации за вознаграждение или на договорной основе; подбор новостей и материалов в прессе (классифицируются в 63990);
	– услуги, связанные с рекламой и продвижением продаж (классифицируются в 731);
	– деятельность графических дизайнеров, дизайнеров по оформлению интерьеров, выставочных стендов (классифицируется в 74100);
	– дизайн одежды, обуви, ювелирных изделий, мебели и других предметов интерьера, хозяйственных принадлежностей (классифицируется в 74100);
	– деятельность по оценке, кроме оценки, связанной с недвижимым имуществом или страхованием (классифицируется в 74901);
	– передачу неисключительных прав на использование товарных знаков (классифицируется в 77400);
	– копирование документов, расшифровку записанных на носителях документов (классифицируются в 82190);
	– деятельность телефонных справочно-информационных служб (классифицируется в 82200).
СЕКЦИЯ Р	ОБРАЗОВАНИЕ
	Данная секция включает образование любого уровня и обучение любой профессии, очное или заочное, в форме соискательства, а также по радио и телевидению, сети Интернет и через почтовую корреспонденцию.
	Здесь относится также образование, предоставляемое различными учреждениями в рамках регулярной школьной системы, а также образование для взрослых и программы по повышению уровня грамотности взрослого населения. Также включены военные учебные заведения, школы, находящиеся на территории исправительных учреждений, и т.п. на соответствующем уровне образования. В секцию включено как государственное, так и частное образование.
	Каждый уровень образования включает специальное образование лиц с особенностями психофизического развития.

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
	Выделение группировок в данной секции основано на Международной стандартной классификации образования (МСКО). Деятельность образовательных учреждений, предоставляющих обучение на уровне международных стандартов МСКО «0», классифицирована в классе 8510, на уровне МСКО «1» – в классе 8520, на уровнях МСКО «2-3» – в группе 853, на уровне МСКО «4» – в классе 8541 и на уровне МСКО «5-6» – в классе 8542.
	Данная секция включает обучение в области культуры, спорта и отдыха, а также вспомогательные образовательные услуги.
85	ОБРАЗОВАНИЕ
855	Прочие виды образования
	Эта группа включает:
	– продолжение образования в течение всей жизни для получения дополнительного объема знаний и навыков, а также в целях переподготовки и повышения квалификации;
	– деятельность лагерей и школ, предоставляющих групповое или индивидуальное обучение в области физической культуры, обучение иностранному языку, изобразительному и драматическому искусству, музыке или другое обучение, в том числе и специальное обучение, не включенное в другие группировки.
	Такое обучение является официально организованным, в основном для хобби, развлечения и в целях саморазвития, но такое обучение не ведет к получению профессионального диплома, степени магистра.
	Эта группа исключает:
	– дошкольное, начальное, среднее, послесреднее, высшее образование (классифицируется в 851–854).
8552	Образование в области культуры
85520	Образование в области культуры
	Этот подкласс включает:
	– обучение изобразительному искусству, драматическому искусству и музыке:
	• обучение игре на фортепьяно и других музыкальных инструментах учителями музыки;
	• обучение изобразительному искусству;
	• обучение танцам и деятельность танцевальных студий;
	• деятельность школ драматического искусства;
	• деятельность школ изобразительных искусств;
	• деятельность школ театральных искусств;
	• деятельность школ фотографии.
	Учреждения, предоставляющие такой тип обучения, могут называться школами, студиями, классами и т.д.

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
	Этот подкласс исключает:
	– обучение в области культуры, предоставляемое на соответствующих уровнях образования (классифицируется в 851–854);
	– обучение иностранным языкам (классифицируется в 85590).
СЕКЦИЯ R	ТВОРЧЕСТВО, СПОРТ, РАЗВЛЕЧЕНИЯ И ОТДЫХ
	Данная секция включает широкий спектр видов деятельности в области культуры, искусства, развлечений, отдыха и спорта, таких как культурно-зрелищные мероприятия, деятельность архивов, деятельность музеев и выставок, организация азартных игр и лотерей, спортивных мероприятий и мероприятий, связанных с отдыхом.
90	ТВОРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ
	Этот раздел включает:
	– подготовку, организацию, показ и проведение культурно-зрелищных мероприятий и выставок, предназначенных для всеобщего обозрения, а также предоставление художественного, творческого и технического персонала для создания художественных произведений и организации данных мероприятий.
	Этот раздел исключает:
	– производство и распространение художественных фильмов и иной видеопроизводства (классифицируются в 59110, 59120, 59130);
	– деятельность по показу фильмов (классифицируется в 59140);
	– радио- и телевидение (классифицируются в 601, 602);
	– деятельность музеев, исторических мест и зданий, ботанических и зоологических садов, природных заповедников и связанную с ними деятельность (классифицируются в 91);
	– организацию азартных игр и лотерей (классифицируется в 92);
	– деятельность, связанную со спортом и отдыхом (классифицируется в 93).
900	Творческая деятельность и развлечения
	Эта группа включает:
	– деятельность в области проведения культурно-зрелищных мероприятий, художественного и литературного творчества, а также сопутствующие виды деятельности.
9001	Деятельность в сфере исполнительских искусств
90010	Деятельность в сфере исполнительских искусств
	Этот подкласс включает:
	– постановку и показ театральных представлений, концертов и прочих сценических выступлений:
	• деятельность ансамблей, оркестров и музыкальных групп;
	• деятельность театральных групп (театров драмы, оперы, балета, музыкальной комедии, оперетты, песни, киноактера, поэзии, юного зрителя, зверей, кукол и т.п.);

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
	• деятельность цирковых трупп;
	• деятельность актеров, танцоров, музыкантов, исполнителей разговорного жанра, выступающих индивидуально;
	– деятельность самостоятельных ведущих радио- и телепрограмм;
	– музыкально-развлекательное обслуживание свадеб, юбилеев и прочих торжественных мероприятий.
	Этот подкласс исключает:
	– деятельность частных театральных или художественных агентств или агентств (классифицируется в 74909);
	– деятельность по подбору актеров (классифицируется в 78100);
	– проведение фейерверков, лазерных шоу, световых и звуковых представлений (классифицируется в 93290).
9002	Деятельность, способствующая проведению культурно-зрелищных мероприятий
90020	Деятельность, способствующая проведению культурно-зрелищных мероприятий
	Этот подкласс включает:
	– вспомогательную деятельность при постановке театральных представлений, концертов и других культурно-зрелищных мероприятий:
	• деятельность режиссеров, продюсеров, художников-оформителей и декораторов сцены, осветителей и т.д.;
	– деятельность продюсеров или антрепренеров по организации культурно-зрелищных мероприятий, с собственными оборудованием и аппаратурой или без них;
	– услуги по управлению авторскими и смежными правами на произведения литературы, изобразительного, музыкального, исполнительского искусства.
	Этот подкласс исключает:
	– услуги по управлению правами на публичный показ художественных фильмов (классифицируются в 59130);
	– деятельность частных театральных или художественных агентств или агентств (классифицируется в 74909);
	– деятельность агентств по подбору актеров (классифицируется в 78100).
9003	Художественное и литературное творчество
90030	Художественное и литературное творчество
	Этот подкласс включает:
	– деятельность скульпторов, художников, художников-мультипликаторов, граверов, офортистов и т.д., работающих индивидуально;
	– деятельность писателей, работающих на индивидуальной основе в области художественной, технической литературы и иных жанров;
	– деятельность композиторов;
	– деятельность независимых журналистов;

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
	– реставрацию художественных произведений и музейных предметов.
	Этот подкласс исключает:
	– производство репродукций массового производства из гипса, штукатурно-го раствора с примесью волокнистых веществ, цемента, папье-маше и т.д. (классифицируется в С);
	– создание скульптур из природного камня, не являющихся произведениями искусства (классифицируется в 23700);
	– реставрацию органов и других музыкальных инструментов, имеющих историческую ценность (классифицируется в 33190);
	– реставрацию зданий (классифицируется в F);
	– деятельность коммерческих картинных галерей (классифицируется в 47780);
	– производство художественных фильмов и видеопroduкций (классифицируется в 59110, 59120);
	– архитектурный дизайн (классифицируется в 71110);
	– деятельность в области рекламного дизайна (классифицируется в 73110);
	– моделирование одежды, обуви, ювелирных изделий, мебели и предметов интерьера, промышленный дизайн, дизайн интерьера (классифицируются в 74100);
	– деятельность залов для демонстрации художественных произведений (классифицируется в 90040);
	– реставрацию мебели, кроме музейной (классифицируется в 95240).
9004	Деятельность объектов культурной инфраструктуры
90040	Деятельность объектов культурной инфраструктуры
	Этот подкласс включает:
	– деятельность концертных и театральных залов и других помещений для проведения культурно-зрелищных мероприятий, демонстрации художественных произведений, включая продажу ими билетов.
	Этот подкласс исключает:
	– деятельность коммерческих картинных галерей (классифицируется в 47780);
	– деятельность кинотеатров (классифицируется в 59140);
	– деятельность билетных агентств (классифицируется в 7990);
	– деятельность музеев (классифицируется в 91020).
91	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БИБЛИОТЕК, АРХИВОВ, МУЗЕЕВ И ПРОЧАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ КУЛЬТУРЫ
	Этот раздел включает:
	– деятельность библиотек и архивов, музеев всех видов, ботанических садов и зоологических парков, исторических мест и природных заповедников;

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
	– сохранение, охрану и показ объектов, мест и природных комплексов, имеющих историческое, культурное или образовательное значение (например, объектов мирового наследия и т.д.).
	Этот раздел исключает:
	– деятельность в области физической культуры и спорта, развлекательную деятельность, такую как деятельность пляжей и парков культуры и отдыха (классифицируются в 93);
	– реставрацию исторических мест и зданий (классифицируется в F).
910	Деятельность библиотек, архивов, музеев и прочая деятельность в области культуры
9101	Деятельность библиотек и архивов
	Этот класс включает:
	– услуги, связанные с документацией и информацией, предоставляемые библиотеками всех видов, читальными залами, залами для прослушивания и просмотра, архивами, оказывающими услуги как обществу в целом, так и отдельным категориям пользователей (студентам, научным работникам, сотрудникам организаций и др.):
	• сбор специализированной и неспециализированной информации;
	• составление каталогов;
	• предоставление во временное пользование книг, карт, печатных средств массовой информации, фильмов, записей, пленок, произведений искусства и т.п.;
	• подбор информации в соответствии с информационными запросами и т.п.;
	– ведение библиотек фотографий и кино, прочие услуги библиотек.
	Этот класс исключает:
	– прокат компакт-дисков (CD) и цифровых видеодисков (DVD) (классифицируется в 77220).
91011	Деятельность библиотек
91012	Деятельность архивов
9102	Деятельность музеев
91020	Деятельность музеев
	Этот подкласс включает:
	– деятельность музеев всех видов:
	• художественных музеев, музеев ювелирных изделий, мебели, костюмов, керамики, изделий из серебра;
	• музеев природы, науки и технологий, исторических музеев, включая военные музеи;
	• других специализированных музеев;
	• музеев под открытым небом.

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
	Этот подкласс исключает:
	– деятельность коммерческих картинных галерей (классифицируется в 47780);
	– реставрацию художественных произведений и музейных предметов (классифицируется в 90030);
	– деятельность библиотек и архивов (классифицируется в 9101).
9103	Деятельность исторических мест и зданий и аналогичных туристических достопримечательностей
91030	Деятельность исторических мест и зданий и аналогичных туристических достопримечательностей
	Этот подкласс включает:
	– функционирование и охрану исторических мест и зданий.
	Этот подкласс исключает:
	– реставрацию исторических мест и зданий (классифицируется в F).
9104	Деятельность ботанических садов, зоопарков, заповедников, национальных парков, заказников
	Этот класс включает:
	– деятельность ботанических садов и зоологических парков, включая детские зоопарки;
	– деятельность заповедников, национальных парков, заказников, включая деятельность по охране природы.
	Этот класс исключает:
	– ландшафтную деятельность (классифицируется в 81300);
	– предоставление национальными парками услуг в области любительского и спортивного рыболовства и охоты (классифицируется в 93190).
91041	Деятельность ботанических садов
91042	Деятельность зоологических парков
91043	Деятельность заповедников, национальных парков, заказников
93	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА, ОРГАНИЗАЦИИ ОТДЫХА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ
	Этот раздел включает:
	– предоставление услуг физической культуры и спорта, развлекательных услуг (за исключением деятельности музеев, исторических заповедников, ботанических садов, зоологических парков и природных заповедников, а также азартных игр, лотерей и развлечений подобного рода).
	Этот раздел исключает:
	– деятельность в области организации и проведения культурно-зрелищных мероприятий и художественного творчества (классифицируется в 90).

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
932	Деятельность по организации отдыха и развлечений
	Эта группа включает:
	– деятельность по организации отдыха и развлечений, такую как деятельность парков с аттракционами (механизированными горками, водными горками, играми, шоу), деятельность, связанную с организацией тематических выставок и пикниковых площадок, а также прочую деятельность по организации отдыха и развлечений.
	Эта группа исключает:
	– <i>деятельность по организации культурно-зрелищных мероприятий (классифицируется в 900);</i>
	– <i>деятельность залов игровых автоматов (классифицируется в 92001);</i>
	– <i>деятельность в области физической культуры и спорта (классифицируется в 931).</i>
9321	Деятельность парков культуры и отдыха, аттракционов
93210	Деятельность парков культуры и отдыха, аттракционов
	Этот подкласс включает:
	– деятельность парков культуры и отдыха, а также других парков с аттракционами:
	• деятельность аттракционов, таких как механизированные горки, водные горки;
	• деятельность, связанную с организацией игр, шоу, развлекательных тематических выставок и пикниковых площадок;
	– деятельность развлекательных железных дорог;
	– деятельность аттракционов.
9329	Прочая деятельность по организации отдыха и развлечений
93290	Прочая деятельность по организации отдыха и развлечений
	Этот подкласс включает:
	– деятельность, связанную с организацией отдыха и развлечений, не включенную в другие группировки:
	• деятельность автоматов для таких игр, как флиппер (пинбол), настольный футбол и т.д.;
	• деятельность парков отдыха;
	• предоставление транспортных средств для целей развлечения, например лодок, катамаранов;
	• деятельность горнолыжных трасс, кроме спортивных;
	• деятельность гаваней (пристаней) для прогулочных судов;
	• прокат оборудования для досуга и отдыха в качестве неотъемлемой части развлекательных комплексов;

Код группировки	Наименование группировки и ее описание
	• проведение шоу, имеющих отношение к отдыху (например, фейерверков, лазерных шоу, световых и звуковых представлений);
	• деятельность пляжей, включая предоставление оборудования, такого как раздевалки на пляже, запирающиеся шкафчики, стулья и т.д.;
	• деятельность танцплощадок, танцевальных залов и дискотек;
	• деятельность тиров;
	• деятельность, связанную с проведением игр в пейнтбол, страйкбол, лазер-таг;
	– деятельность организаторов мероприятий в сфере отдыха и развлечений, не связанных со спортом или искусством, с собственными помещениями или без них.
	Этот подкласс исключает:
	– деятельность канатных дорог, лыжных подъемников (классифицируется в 49399);
	– рыболовные поездки (классифицируются в 50100, 50300);
	– предоставление на время отдыха жилья, такого как квартиры, коттеджи и небольшие домики (классифицируется в 55200);
	– предоставление мест для автомобильного отдыха на территории кемпингов, мест для размещения палаток и (или) спальных мешков, а также предоставление мест для краткосрочного проживания в туристических лагерях, на территории охотничьих или рыболовных угодий (классифицируется в 55300);
	– продажу напитков на дискотеках (классифицируется в 56300);
	– подбор актеров на роли в кино, в театр, на телевидение (классифицируется в 78100);
	– деятельность театральных и цирковых трупп (классифицируется в 90010);
	– деятельность игровых автоматов для азартных игр (классифицируется в 92001);
	– деятельность спортивных горнолыжных трасс (классифицируется в 93110);
	– деятельность парков с аттракционами (классифицируется в 93210).

ПОСТАНОВЛЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО
СТАТИСТИЧЕСКОГО КОМИТЕТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
28 августа 2015 г. № 101

**Об утверждении статистического классификатора СК 27.005-2015
«Платные услуги населению»**

(Извлечение)

Изменения и дополнения:

Постановление Национального статистического комитета Республики Беларусь от 28 марта 2016 г. № 18 (зарегистрировано в Национальном реестре – № 7/3414 от 31.03.2016 г.) <T21603414p>;

Постановление Национального статистического комитета Республики Беларусь от 12 сентября 2016 г. № 121 (зарегистрировано в Национальном реестре – № 7/3576 от 16.09.2016 г.) <T21603576p>;

Постановление Национального статистического комитета Республики Беларусь от 28 декабря 2016 г. № 203 (зарегистрировано в Национальном реестре – № 7/3693 от 03.01.2017 г.) <T21703693p>;

Постановление Национального статистического комитета Республики Беларусь от 7 февраля 2019 г. № 3 (зарегистрировано в Национальном реестре – № 7/4225 от 05.03.2019 г.) <T21904225p>

На основании Положения о Национальном статистическом комитете Республики Беларусь, утвержденного Указом Президента Республики Беларусь от 26 августа 2008 г. № 445 «О некоторых вопросах органов государственной статистики», Национальный статистический комитет Республики Беларусь ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить прилагаемый статистический классификатор СК 27.005-2015 «Платные услуги населению».
2. Настоящее постановление вступает в силу с 29 января 2016 г.

Председатель

И.В.Медведева

ПЛАТНЫЕ УСЛУГИ НАСЕЛЕНИЮ

Белстат
Минск

Предисловие

1. РАЗРАБОТАН И ВНЕСЕН Главным управлением статистики услуг и внутренней торговли Национального статистического комитета Республики Беларусь.

2. УТВЕРЖДЕН постановлением Национального статистического комитета Республики Беларусь от 28 августа 2015 г. № 101.

3. ВВЕДЕН в ДЕЙСТВИЕ с 29 января 2016 г.

4. ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ.

1. Область применения.

Статистический классификатор СК 27.005-2015 «Платные услуги населению» (далее – СКПУН) является техническим нормативным правовым актом и применяется для классификации и кодирования информации о платных услугах населению при организации и проведении государственных статистических наблюдений, формировании официальной статистической информации по статистике прочих услуг.

2. Общие положения.

СКПУН гармонизирован с общегосударственным классификатором Республики Беларусь ОКРБ 007-2012 «Классификатор продукции по видам экономической деятельности», утвержденным постановлением Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь от 28 декабря 2012 г. № 83 «Об утверждении, внесении изменений и отмене общегосударственного классификатора Республики Беларусь» (далее – ОКП РБ).

Объектами классификации СКПУН являются виды услуг населению, оказываемых юридическими и физическими лицами.

Платные услуги населению

Код	Наименование
18	УСЛУГИ ПЕЧАТНЫЕ И УСЛУГИ ПО ВОСПРОИЗВЕДЕНИЮ ЗАПИСАННЫХ МАТЕРИАЛОВ
18.12	Услуги по печатанию (кроме печатания газет)
18.12.15	Услуги по печатанию ярлыков и этикеток
18.12.16	Услуги по печатанию непосредственно на материалах, не являющихся бумагой: на пластмассе, стекле, металле, дереве и керамике
18.12.19*	Услуги по печатанию прочей печатной продукции
18.13	Услуги по подготовке к печати и предпечатные услуги
18.13.01*	Услуги по подготовке к печати и предпечатные услуги
18.14	Услуги брошюровочно-переплетные и отделочные
18.14.10	Услуги брошюровочно-переплетные и отделочные
18.20	Услуги по копированию звуко- и видеозаписей и программных средств
18.20.10	Услуги по копированию звукозаписей
18.20.20	Услуги по копированию видеозаписей
18.20.30	Услуги по копированию программных средств
58	УСЛУГИ ИЗДАТЕЛЬСКИЕ
58.11	Услуги по изданию книг
58.11.01*	Услуги по изданию книг
58.12	Услуги по изданию справочников и списков адресатов
58.12.01*	Услуги по изданию справочников и списков адресатов
58.13	Услуги по изданию газет
58.13.01*	Услуги по изданию газет (кроме предоставления (продажи) рекламного места в печатных и электронных газетах)
58.13.31	Услуги по предоставлению (продаже) рекламного места в печатных газетах
58.13.32	Услуги по предоставлению (продаже) рекламного места в электронных газетах
58.14	Услуги по изданию журналов и прочих периодических изданий (кроме газет)
58.14.01*	Услуги по изданию журналов и прочих периодических изданий (кроме газет)
58.19	Услуги издательские прочие
58.19.01*	Услуги издательские прочие
58.21	Услуги по изданию компьютерных игр
58.21.01*	Услуги по изданию компьютерных игр
58.29	Услуги по изданию прочего программного обеспечения
58.29.01*	Услуги по изданию прочего программного обеспечения
59	УСЛУГИ ПО ПРОИЗВОДСТВУ КИНОФИЛЬМОВ, ВИДЕОФИЛЬМОВ И ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПРОГРАММ, УСЛУГИ ПО ЗВУКОЗАПИСИ И ИЗДАНИЮ МУЗЫКАЛЬНЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ

Код	Наименование
59.11	Услуги по производству кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ
59.11.01*	Услуги по производству кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ
59.12	Услуги по постсъёмочной обработке кино- и видеофильмов и телевизионных программ
59.12.01*	Услуги по постсъёмочной обработке кино- и видеофильмов и телевизионных программ
59.13	Услуги по распространению кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ
59.13.11	Услуги по предоставлению лицензий на право использования кино- и видеофильмов и телевизионных программ
59.13.12	Услуги по распространению кино- и видеофильмов и телевизионных программ
59.14	Услуги по демонстрации кинофильмов
59.14.10	Услуги по демонстрации кинофильмов
59.20	Услуги по звукозаписи и изданию музыкальных произведений
59.20.11	Услуги по звукозаписи (услуги, предоставляемые студиями звукозаписи)
59.20.12	Услуги по непосредственной звукозаписи («с живого голоса»)
59.20.21	Услуги по производству радиопрограмм
59.20.35	Услуги по изданию музыкальных произведений для загрузки
59.20.40	Услуги по предоставлению лицензий на право использования оригиналов звуковых записей
60	УСЛУГИ ПО СОЗДАНИЮ РАДИО- И ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ПРОГРАММ. УСЛУГИ РАДИО- И ТЕЛЕВЕЩАНИЯ
60.10	Услуги по созданию радиопрограмм и их вещанию
60.10.30	Услуги по предоставлению (продаже) рекламного времени на радио
60.10.99*	Услуги по созданию радиопрограмм и их вещанию (кроме услуг по предоставлению (продаже) рекламного времени на радио)
60.20	Услуги по созданию программ телепередач и их вещанию
60.20.40	Услуги по предоставлению (продаже) рекламного времени на телевидении
60.20.99*	Услуги по созданию программ телепередач и их вещанию (кроме услуг по предоставлению (продаже) рекламного времени на телевидении)
61	УСЛУГИ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫЕ
61.10	Услуги проводные телекоммуникационные
61.10.01*	Услуги проводные телекоммуникационные
61.20	Услуги беспроводной телекоммуникационной связи
61.20.01*	Услуги беспроводной телекоммуникационной связи
61.30	Услуги спутниковой связи
61.30.01*	Услуги спутниковой связи
61.90	Услуги телекоммуникационные прочие
61.90.10	Услуги телекоммуникационные прочие

Код	Наименование
62	УСЛУГИ В ОБЛАСТИ КОМПЬЮТЕРНОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ КОНСУЛЬТАЦИОННЫЕ И АНАЛОГИЧНЫЕ ИМ
62.01	Услуги в области компьютерного программирования
62.01.01*	Услуги в области компьютерного программирования
62.02	Услуги консультационные в области компьютерных технологий
62.02.01*	Услуги консультационные в области компьютерных технологий
62.03	Услуги по управлению компьютерным оборудованием
62.03.01*	Услуги по управлению компьютерным оборудованием
62.09	Услуги прочие в области информационных технологий и обслуживания компьютерной техники
62.09.01*	Услуги прочие в области информационных технологий и обслуживания компьютерной техники
63	УСЛУГИ В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ
63.11	Услуги по обработке данных, услуги по размещению и поддержке ресурсов в сети Интернет и взаимосвязанные услуги
63.11.30	Услуги по предоставлению (продаже) места и времени для рекламы в сети Интернет
63.11.99*	Услуги по обработке данных, услуги по размещению и поддержке ресурсов в сети Интернет и взаимосвязанные услуги (кроме услуг по предоставлению (продаже) места и времени для рекламы в сети Интернет)
63.12	Услуги поисковых порталов в сети Интернет (содержание веб-порталов)
63.12.10	Услуги поисковых порталов в сети Интернет (содержание веб-порталов)
63.91	Услуги информационных агентств
63.91.01*	Услуги информационных агентств
63.99	Услуги информационные прочие, не включенные в другие группировки
63.99.10	Услуги информационные, не включенные в другие группировки
72	УСЛУГИ ПО НАУЧНЫМ ИССЛЕДОВАНИЯМ И РАЗРАБОТКАМ
72.11	Услуги по научным исследованиям и экспериментальным разработкам в области биотехнологий
72.11.01*	Услуги по научным исследованиям и экспериментальным разработкам в области биотехнологий
72.19	Услуги по научным исследованиям и экспериментальным разработкам в области прочих естественных и технических наук
72.19.01*	Услуги по научным исследованиям и экспериментальным разработкам в области прочих естественных и технических наук
72.20	Услуги по научным исследованиям и экспериментальным разработкам в области общественных и гуманитарных наук
72.20.01*	Услуги по научным исследованиям и экспериментальным разработкам в области общественных и гуманитарных наук
73	УСЛУГИ В ОБЛАСТИ РЕКЛАМЫ И ИЗУЧЕНИЯ РЫНКА
73.11	Услуги, предоставляемые рекламными агентствами

Код	Наименование
73.11.01*	Услуги, предоставляемые рекламными агентствами
73.12	Услуги в области рекламы, предоставляемые средствами массовой информации
73.12.01*	Услуги в области рекламы, предоставляемые средствами массовой информации
73.20	Услуги по исследованию конъюнктуры рынка и изучению общественного мнения
73.20.01*	Услуги по исследованию конъюнктуры рынка и изучению общественного мнения
74	УСЛУГИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ, НАУЧНЫЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ ПРОЧИЕ
74.10	Услуги специализированные по дизайну
74.10.11	Услуги по дизайну помещений (интерьеров)
74.10.12	Услуги по промышленному дизайну
74.10.19.100	Услуги по дизайну мебели
74.10.19.200	Услуги по дизайну одежды и обуви
74.10.19.300	Услуги по дизайну упаковки
74.10.19.400	Услуги по графическому дизайну
74.10.19.900	Услуги специализированные по дизайну прочие
74.20	Услуги в области фотографии
74.20.21	Услуги по изготовлению портретных фотографий
74.20.22	Услуги по фотографированию для рекламы и аналогичных целей
74.20.23	Услуги по фото- или видеосъемке событий
74.20.24	Услуги по аэрофотосъемке
74.20.29	Услуги в области фотографии специализированные прочие
74.20.31	Услуги по обработке фотоматериалов
74.20.32	Услуги по восстановлению и ретушированию фотографий
74.20.39	Услуги в области фотографии прочие, не включенные в другие группировки
74.30	Услуги по письменному и устному переводу
74.30.01*	Услуги по письменному и устному переводу
74.90	Услуги профессиональные, научные и технические прочие, не включенные в другие группировки
74.90.01*	Услуги профессиональные, научные и технические прочие, не включенные в другие группировки
77.22	Услуги по прокату видеокассет и дисков
77.22.10	Услуги по прокату видеокассет и дисков
77.29.13	Услуги по прокату музыкальных инструментов
79.90.20	Услуги экскурсионные
85	УСЛУГИ В ОБЛАСТИ ОБРАЗОВАНИЯ
85.52	Услуги по образованию в области культуры
85.52.01*	Услуги по образованию в области культуры

Код	Наименование
90	УСЛУГИ В ОБЛАСТИ ИСКУССТВА, РАЗВЛЕЧЕНИЙ И ОТДЫХА
90.01	Услуги, предоставляемые артистами
90.01.10.100	Услуги, предоставляемые ансамблями, оркестрами и музыкальными группами
90.01.10.200	Услуги театральных трупп (театров драмы, оперы, балета, музыкальной комедии, оперетты, песни, киноактера, поэзии, юного зрителя, зверей, кукол и т.п.)
90.01.10.300	Услуги цирковых трупп
90.01.10.400	Услуги актеров, танцоров, музыкантов, исполнителей разговорного жанра, выступающих индивидуально
90.01.10.500	Услуги самостоятельных ведущих радио- и телепрограмм
90.01.10.600	Услуги, предоставляемые натурщиками (манекенчиками), выступающими на индивидуальной основе
90.01.10.900	Услуги, предоставляемые прочими артистами
90.02	Услуги вспомогательные для зрелищных мероприятий
90.02.01*	Услуги вспомогательные для зрелищных мероприятий
90.03	Услуги в области художественного творчества
90.03.01*	Услуги в области художественного творчества
90.04	Услуги по эксплуатации концертных и театральных залов
90.04.10	Услуги по эксплуатации концертных и театральных залов
91	УСЛУГИ БИБЛИОТЕК, АРХИВОВ, МУЗЕЕВ И ПРОЧИХ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ
91.01	Услуги библиотек и архивов
91.01.01*	Услуги библиотек и архивов
91.02	Услуги музеев
91.02.10	Услуги музеев
91.03	Услуги, связанные с деятельностью по использованию исторических мест, зданий и аналогичных туристических достопримечательностей
91.03.10	Услуги, связанные с деятельностью по использованию исторических мест, зданий и аналогичных туристических достопримечательностей
91.04	Услуги ботанических садов, зоопарков и природных заповедников
91.04.11.100	Услуги ботанических садов
91.04.11.200	Услуги зоопарков
91.04.12	Услуги природных заповедников, включая услуги по охране живой природы
93	УСЛУГИ В ОБЛАСТИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА, ОРГАНИЗАЦИИ РАЗВЛЕЧЕНИЙ И ОТДЫХА
93.11	Услуги по эксплуатации физкультурно-спортивных сооружений
93.11.10	Услуги по эксплуатации физкультурно-спортивных сооружений
93.12	Услуги спортивных клубов
93.12.10	Услуги спортивных клубов
93.13	Услуги фитнес-центров
93.13.10	Услуги фитнес-центров

Код	Наименование
93.19	Услуги в области спорта прочие
93.19.01*	Услуги в области спорта прочие
93.21	Услуги ярмарок, развлекательных парков (парков с аттракционами), услуги по эксплуатации развлекательных железных дорог, включая детские
93.21.10	Услуги ярмарок, развлекательных парков (парков с аттракционами), услуги по эксплуатации развлекательных железных дорог, включая детские
93.29	Услуги по организации отдыха и развлечений прочие
93.29.11	Услуги парков отдыха и пляжей
93.29.19.100	Услуги бальных залов, танцплощадок, дискотек, школ танцев и прочих мест отдыха
93.29.19.900	Услуги по эксплуатации горнолыжных трекков, услуги по предоставлению транспортных средств для целей развлечения (например, лодок), услуги, связанные с верховыми прогулками, и аналогичные услуги по организации отдыха и развлечений, не включенные в другие группировки
93.29.21	Услуги по проведению фейерверков, световых и звуковых шоу
93.29.22	Услуги залов игровых автоматов, действующих при опускании монет (жетонов)
93.29.29	Услуги зрелищно-развлекательные прочие, не включенные в другие группировки (бои быков, родео и т.д.)

* Код локальный.

УКАЗ ПРЕЗИДЕНТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
14 АПРЕЛЯ 2011 г. № 145

**О некоторых вопросах налогообложения
в сферах культуры и информации**

(Извлечение)

В целях стимулирования культурной деятельности, а также благотворительной деятельности и предоставления безвозмездной (спонсорской) помощи в сферах культуры и информации постановляю:

1. Утвердить перечень услуг в сфере культуры, обороты по реализации которых на территории Республики Беларусь освобождаются от налога на добавленную стоимость, согласно приложению 1.

Приложение 1
к Указу Президента
Республики Беларусь
14.04.2011 № 145

ПЕРЕЧЕНЬ
услуг в сфере культуры, обороты по реализации которых
на территории Республики Беларусь освобождаются от налога
на добавленную стоимость

1. Услуги по показу спектаклей.
2. Услуги по показу цирковых представлений, цирковых номеров и аттракционов.
3. Услуги по проведению концертов.
4. Услуги по организации выступлений коллективов художественного творчества и отдельных исполнителей* в культурно-зрелищных мероприятиях, по организации концертов, спектаклей, фестивалей, выставок, конкурсов, ярмарок, в том числе по договорам поручения, комиссии и другим посредническим договорам.
5. Услуги по выступлению коллективов художественного творчества и отдельных исполнителей в культурно-зрелищных мероприятиях.
6. Услуги по демонстрации фильмов.
7. Услуги по прокату фильмов.

8. Услуги по продаже билетов, абонементов на посещение культурных мероприятий**.
9. Услуги музеев, картинных и художественных галерей, галерей искусств, выставочных залов, панорам и прочих выставочных организаций в сфере культуры:
по демонстрации, оформлению экспозиций и выставок;
по проведению экскурсий;
по проведению консультаций и экспертиз по атрибуции и оценке предметов, имеющих историческую и культурную ценность (кроме предметов, содержащих драгоценные металлы и камни).
10. Услуги клубных организаций, услуги, оказываемые на территории парков***:
по проведению и демонстрации экспозиций и выставок;
по разработке сценариев, организации и проведению праздников, торжеств по заявкам организаций и граждан;
по пользованию аттракционами.
11. Услуги, оказываемые на территории ботанических садов, зоопарков, зоосадов, зверинцев, заповедников, национальных парков, заказников:
по показу растений и животных;
по проведению экскурсий.
12. Услуги библиотек физическим лицам:
по подбору, поиску и выдаче документов;
по поиску информации в базах данных;
по прослушиванию аудиозаписей, просмотру видеозаписей из фондов библиотек.
13. Услуги организаций культуры, услуги, оказываемые на территории парков, заповедников, национальных парков, заказников, по организации и проведению обрядовых мероприятий, вечеров отдыха, дискотек, театрализованных праздников, массовых гуляний, карнавалов, утренников, семейных торжеств, новогодних елок и викторин.
14. Услуги организаций культуры:
по проведению занятий, в том числе в студиях, клубах по интересам, кружках;
по проведению семинаров и лекториев культурологической направленности, кинолекториев, встреч с деятелями культуры и искусства, представителями творческой интеллигенции, ветеранами;
по участию в семейных торжествах коллективов художественного творчества и отдельных исполнителей;
по организации досуга детей в детской комнате (игровой комнате).
15. Услуги по производству и трансляции телерадиопрограмм и киноvideопродукции, оказываемые по заказам государственных организаций, закрытых акционерных обществ «Второй национальный телеканал», «Столичное телевидение».

* Для целей настоящего Указа под отдельными исполнителями понимаются исполнители, не входящие в состав коллектива художественного творчества.

** Для целей настоящего Указа термин «культурное мероприятие» имеет значение, определенное в Кодексе Республики Беларусь о культуре.

*** Для целей настоящего Указа под парками понимаются озелененные территории для осуществления развлекательных функций через предоставление на этой территории благоприятных условий для отдыха и развлечения физических лиц.

**ПЕРЕЧЕНЬ
видов деятельности, относимых к культурной деятельности**

Код общегосударственного классификатора Республики Беларусь ОКРБ 005-2011 «Виды экономической деятельности»	Вид деятельности, относимый к культурной деятельности
59110	Деятельность по производству кино-, видеофильмов и телевизионных программ (кроме производства телевизионных программ и телевизионной рекламы)
59120	Постпроизводственный этап изготовления кино-, видеофильмов и телевизионных программ (кроме телевизионных программ)
59130	Деятельность по распространению кино-, видеофильмов и телевизионных программ (кроме телевизионных программ)
59140	Деятельность по показу кинофильмов (кроме деятельности кино-клубов)
90010	Деятельность в сфере исполнительских искусств (кроме деятельности самостоятельных ведущих радио- и телепрограмм)
90020	Деятельность, способствующая проведению культурно-зрелищных мероприятий (кроме услуг по управлению авторскими и смежными правами на произведения литературы и искусства)
90030	Художественное и литературное творчество (в части реставрации художественных произведений и музейных предметов)
90040	Деятельность объектов культурной инфраструктуры
91011	Деятельность библиотек
91020	Деятельность музеев
91042	Деятельность зоологических парков
93210	Деятельность парков культуры и отдыха, аттракционов (кроме деятельности аттракционов)
93290	Прочая деятельность по организации отдыха и развлечений (в части деятельности танцплощадок, танцевальных залов и дискотек)

ПОСТАНОВЛЕНИЕ СОВЕТА МИНИСТРОВ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
19 июля 2013 г. № 641

О внебюджетных средствах бюджетных организаций

Изменения и дополнения:

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 6 августа 2014 г. № 761 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 09.08.2014, 5/39235) <С21400761>;

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 10 октября 2016 г. № 809 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 13.10.2016, 5/42745) <С21600809>;

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 19 мая 2017 г. № 371 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 24.05.2017, 5/43731) <С21700371>;

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 31 декабря 2019 г. № 948 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 05.01.2020, 5/47647) <С21900948>;

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 30 октября 2020 г. № 619 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 03.11.2020, 5/48476) <С22000619>

На основании части второй пункта 3 статьи 79 Бюджетного кодекса Республики Беларусь Совет Министров Республики Беларусь ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить Положение о порядке формирования внебюджетных средств, осуществления расходов, связанных с приносящей доходы деятельностью, направлениях и порядке использования средств, остающихся в распоряжении бюджетной организации (прилагается).

2. Республиканским органам государственного управления в трехмесячный срок привести свои нормативные правовые акты в соответствие с настоящим постановлением и принять иные меры по его реализации.

3. Предоставить право разъяснять вопросы применения настоящего постановления Министерству финансов.

31. Особенности формирования и использования внебюджетных средств бюджетных организаций с учетом отраслевых особенностей их деятельности определяются Правительством Республики Беларусь по предложениям соответствующих республиканских органов государственного управления.

4. Настоящее постановление вступает в силу после его официального опубликования и распространяет свое действие на отношения по формированию внебюджетных средств, осуществлению расходов, связанных с приносящей доходы деятельностью, использованию средств, остающихся в распоряжении бюджетной организации, возникшие с 1 июля 2013 г.

Премьер-министр
Республики Беларусь

М.Мясникович

ПОЛОЖЕНИЕ

о порядке формирования внебюджетных средств, осуществления расходов, связанных с приносящей доходной деятельностью, направлениях и порядке использования средств, остающихся в распоряжении бюджетной организации

ГЛАВА 1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Настоящим Положением, разработанным в соответствии с частью второй пункта 3 статьи 79 Бюджетного кодекса Республики Беларусь, определяются порядок формирования внебюджетных средств от приносящей доходной деятельности, осуществления расходов, связанных с такой деятельностью, направления и порядок использования средств, остающихся в распоряжении бюджетной организации.

2. Действие настоящего Положения не распространяется на средства, получаемые:

бюджетными организациями в рамках программ (проектов) международной технической помощи и иных видов иностранной безвозмездной помощи, а также в виде безвозмездной (спонсорской) помощи от юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, добровольных перечислений (взносов, пожертвований) от физических лиц;

в соответствии с законодательством в счет компенсации расходов государства; государственными органами (их территориальными органами).

3. Для целей настоящего Положения под внебюджетными средствами от приносящей доходной деятельности бюджетной организации (далее – внебюджетные средства) понимаются денежные средства, в том числе в иностранной валюте, полученные от деятельности по изготовлению товаров, выполнению работ, оказанию услуг, предназначенных для реализации иным физическим и юридическим лицам (далее – предпринимательская деятельность), и от иной приносящей доходной деятельности.

4. Бюджетным организациям предоставляется право осуществлять приносящую доходную деятельность в соответствии с законодательством.

5. Внебюджетные средства формируются и используются по направлениям, предусмотренным настоящим Положением, если иное не установлено законодательными актами

ГЛАВА 2

ПОРЯДОК ФОРМИРОВАНИЯ ВНЕБЮДЖЕТНЫХ СРЕДСТВ

6. Внебюджетные средства формируются по каждому источнику дохода, образованному в процессе осуществления предпринимательской деятельности и иной приносящей доходы деятельности.

7. Доходами от иной приносящей доходы деятельности являются:

7.1. доходы, полученные:

от операций по сдаче в аренду оборудования, транспортных средств, капитальных строений (зданий, сооружений), изолированных помещений, машино-мест, их частей, находящихся в республиканской и (или) коммунальной собственности и переданных в оперативное управление бюджетной организации;

от операций по сдаче вторичных материальных ресурсов, в том числе драгоценных металлов;

в виде процентов за пользование временно свободными денежными средствами, находящимися на текущем (расчетном) счете по учету внебюджетных средств;

в виде процентов по вкладу (депозиту) в размерах, определяемых договором банковского вклада (депозита);

от реализации изделий, работ, услуг при осуществлении бюджетной организацией возложенных на нее в соответствии с законодательством функций некоммерческого характера;

в виде неустойки (штрафа, пени), суммы, полученной в результате применения иных мер ответственности за нарушение договорных обязательств, в том числе в результате возмещения убытков, при осуществлении предпринимательской деятельности;

в виде дохода по облигациям;

7.2. иные непосредственно не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности доходы, полученные бюджетной организацией при осуществлении деятельности в соответствии с законодательством.

8. Бюджетные организации формируют цены (тарифы) на работы (товары, услуги) самостоятельно, если иное не установлено законодательством. Цены (тарифы) на товары (работы, услуги) должны быть экономически обоснованы и подтверждены соответствующими расчетами.

9. Внебюджетные средства, получаемые бюджетными организациями при осуществлении приносящей доходы деятельности, отражаются в смете доходов и расходов внебюджетных средств бюджетных организаций на соответствующий финансовый год (далее – смета) и отчетности по ним в разрезе источников доходов (подразделов доходов, установленных в классификации доходов бюджета, утверждаемой Министерством финансов).

ГЛАВА 3

РАСХОДЫ, СВЯЗАННЫЕ С ПРИНОСЯЩЕЙ ДОХОДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

10. Расходы бюджетной организации по выполнению функций и решению государственно значимых задач, определенных законодательством, а также расходы по осуществлению приносящей доход деятельности подлежат разделному учету и должны финансироваться за счет средств бюджета и внебюджетных средств соответственно.

11. Расходы, связанные с осуществлением предпринимательской деятельности, включают затраты по производству и реализации товаров (работ, услуг).

12. К расходам, связанным с иной приносящей доход деятельностью, относятся расходы по осуществлению приносящей доход деятельности, непосредственно не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности.

13. Расходы бюджетной организации при осуществлении предпринимательской деятельности производятся:

13.1. В пределах денежных поступлений внебюджетных средств отдельно по каждому источнику доходов. При недостаточности фактических поступлений внебюджетных средств по одному источнику доходов для восстановления расходов бюджета могут использоваться средства превышения доходов над расходами, остающиеся в распоряжении бюджетной организации, по другим источникам доходов.

При этом внебюджетные средства, полученные от предпринимательской деятельности, в первоочередном порядке направляются на покрытие расходов, непосредственно связанных с осуществлением предпринимательской деятельности;

13.2. по нормам, нормативам, типовым штатам и нормативам штатной численности, размерам оплаты труда и другим условиям, установленным для бюджетных организаций. В случае отсутствия установленных для бюджетных организаций условий (за исключением оплаты труда) при осуществлении расходов применяются условия, установленные для деятельности аналогичного вида в коммерческих организациях.

14. Штатная численность работников, необходимая для осуществления предпринимательской деятельности, включается в штатное расписание бюджетной организации.

15. Исключен.

16. При проведении бюджетной организацией в течение финансового года закупок товаров (работ, услуг) за счет средств бюджета, источники финансирования которых на момент оплаты не могли быть разделены на расходы бюджета и затраты по предпринимательской деятельности, и использовании этих товаров (работ, услуг) для осуществления предпринимательской деятельности расходы бюджета по их приобретению подлежат восстановлению из соответствующих источников доходов в полном объеме путем уменьшения кассовых расходов по соответствующим позициям экономической классификации расходов бюджета.

17. Расходы бюджетной организации, связанные с осуществлением предпринимательской деятельности, делятся на:

прямые расходы, связанные с производством определенного вида товаров, выполнением определенного вида работ, оказанием определенного вида услуг, которые могут быть прямо включены в себестоимость определенного вида товаров, работ, услуг (в том числе

оплата труда работников, непосредственно осуществляющих вид деятельности, приобретение и (или) потребление в процессе осуществления определенного вида деятельности материальных ресурсов (сырья, материалов, оборудования, энергоносителей);

косвенные расходы, связанные с производством нескольких видов товаров, выполнением нескольких видов работ, оказанием нескольких видов услуг, которые включаются в себестоимость определенного вида товаров, работ, услуг по определенной базе распределения (в том числе оплата коммунальных услуг, услуг связи, хозяйственные и прочие текущие расходы).

18. Для разделения расходов бюджетной организации по источникам финансирования (средства бюджета и внебюджетные средства) расходы, необходимые для функционирования бюджетной организации, распределяются между расходами бюджета и расходами по предпринимательской деятельности.

При этом при осуществлении бюджетной организацией приносящей доходы деятельности, аналогичной финансируемой за счет средств бюджета основной деятельности, распределение косвенных расходов бюджетной организации осуществляется исходя из пропорции (удельного веса в общем объеме) по планируемым объемным показателям (количество обслуживаемых, занимаемая площадь, время эксплуатации помещения и другое), применяемым при осуществлении данного вида экономической деятельности.

В случае, если распределить косвенные расходы в соответствии с частью второй настоящего пункта невозможно, применяется пропорция, устанавливаемая исходя из сложившегося за предыдущий финансовый год удельного веса источника доходов к общей сумме поступлений внебюджетных средств и кассовых расходов по средствам бюджета.

19. Порядок распределения расходов по приносящей доходы деятельности устанавливается в учетной политике бюджетной организации.

20. Основанием для осуществления расходов внебюджетных средств являются сметы, составляемые в порядке, установленном Министерством финансов.

21. Внебюджетные средства поступают на текущие (расчетные) счета по учету внебюджетных средств бюджетной организации, в том числе центры*, открытые в установленном законодательством порядке.

22. Не использованные в отчетном финансовом году остатки средств, остающиеся на текущих (расчетных) счетах по учету внебюджетных средств (в кассах бюджетных организаций), не подлежат перечислению в бюджет и используются в очередном финансовом году в порядке, установленном настоящим Положением.

23. Доходы, бюджетные ассигнования, расходы по оплате товаров (работ, услуг), произведенные за счет внебюджетных средств и средств бюджета, приобретенное за счет внебюджетных средств и средств бюджета имущество учитываются раздельно.

* Под центром в настоящем Положении понимается государственное учреждение, созданное в соответствии с подпунктом 1.1 пункта 1 Указа Президента Республики Беларусь от 23 декабря 2019 г. № 475 «Об обеспечении деятельности бюджетных организаций».

ГЛАВА 4

НАПРАВЛЕНИЯ И ПОРЯДОК ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СРЕДСТВ, ОСТАЮЩИХСЯ В РАСПОРЯЖЕНИИ БЮДЖЕТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

24. Ежемесячно по каждому источнику доходов определяется сумма превышения доходов над расходами, которая остается в распоряжении бюджетной организации.

Сумма превышения доходов над расходами, остающаяся в распоряжении бюджетной организации, рассчитывается как разница между доходами от предпринимательской деятельности (доходами от иной приносящей доходы деятельности) по каждому источнику доходов, уменьшенными на суммы налогов, сборов (пошлин) и иных обязательных платежей, уплаченных в республиканский и местные бюджеты, государственные внебюджетные фонды, и фактическими расходами по каждому источнику доходов в пределах сметы.

25. Внебюджетные средства в части сумм превышения доходов над расходами, остающихся в распоряжении бюджетной организации, используются для:

приобретения товаров (работ, услуг) для обеспечения функционирования бюджетных организаций;

приобретения, строительства (реконструкции) жилых домов (квартир), реконструкции капитальных строений (зданий, сооружений) под жилые помещения в целях предоставления их работникам бюджетных организаций за плату во временное владение и пользование в соответствии с законодательством;

осуществления научной, научно-технической и инновационной деятельности;

оплаты труда работников, осуществляющих приносящую доходы деятельность, у которых имелись отработанные дни в режиме неполного рабочего времени по инициативе нанимателя, а также дни простоя не по вине работника, осуществления текущих расходов на содержание имущества, подлежащих оплате за счет внебюджетных средств, за период с 1 апреля по 31 декабря 2020 г.;

дополнительного премирования работников;

поощрения военнослужащих и оказания материальной помощи военнослужащим, лицам рядового и начальствующего состава;

поощрения обучающихся за успехи в учебной, спортивно-массовой, общественной, научной, научно-технической, экспериментальной, инновационной деятельности, в образовательных и культурных мероприятиях, оказания обучающимся материальной помощи в учреждениях образования;

осуществления в порядке и на условиях, определяемых в соглашениях, коллективных договорах, выплат ранее работавшим в организации ветеранам, семьям умерших работников, а также на удешевление стоимости путевок в оздоровительные, спортивно-оздоровительные лагеря с круглосуточным пребыванием детям работников;

финансирования расходов по организации спортивно-массовых, физкультурно-оздоровительных, культурных и иных мероприятий и (или) участию в них (в том числе осуществления отчислений профсоюзным организациям средств на указанные цели);

иных целей в соответствии с законодательством.

Направление средств, остающихся в распоряжении бюджетной организации от осуществления приносящей доходы деятельности, на цели, предусмотренные в абзацах шестом – десятом части первой настоящего пункта, осуществляется при условии отсутствия просроченной кредиторской задолженности бюджетной организации (без учета бюджетных обязательств, зарегистрированных в установленном порядке территориальными органами государственного казначейства) по платежам в бюджет, бюджеты государственных внебюджетных фондов, оплате товаров (работ, услуг).

Финансирование указанных в части первой настоящего пункта направлений использования сумм превышения доходов над расходами, остающихся в распоряжении бюджетной организации, может осуществляться за счет таких сумм превышения, полученных из нескольких источников доходов.

**ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАТНЫХ УСЛУГ
УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ**

Виды платных услуг	Ед. изм.
1. Детская дискотека	1 час
2. Концерт	1 час
3. Ксерокопирование	1 стр. 1 лист 2-х стор.
4. Тренажерный зал	1 час
5. Театрализованное представление	1 час
6. Конкурсно-игровая развлекательная программа	1 час
7. Выездное поздравление	1 час
8. Танцевально-развлекательная программа «Танцуют все»	1 час
9. Проведение свадебного обряда	1 час
10. Студия современного вокала	1 чел. в месяц
11. Народная хореографическая студия	1 чел. в месяц
12. Эстрадная хореографическая студия	1 чел. в месяц
13. Студия бального танца	1 чел. в месяц
14. Студия восточного танца	1 чел. в месяц
15. Студия современного танца	1 чел. в месяц
16. Танцевальная студия	1 чел. в месяц
17. Студия эстрадно-спортивного танца	1 чел. в месяц
18. Студия академического вокала	1 чел. в месяц
19. Вечерняя дискотека	1 билет
20. Дискотека «Для тех, кому за»	1 билет
21. Производство записи группы в реал-тайме (без сведения)	1 час
22. Потребковая запись	1 час
23. Сведения мультитрека	1 тема
24. Свадебный обряд	1 чел.
25. «День именинника»	1 билет
26. Музыкально-развлекательная программа «Воскресный коллаж»	1 билет
27. Танцевально-развлекательная программа «Детская дискотека»	1 билет
28. Дискотека	1 чел.
29. Театрализованное представление (утренники)	1 чел.

Виды платных услуг	Ед. изм.
30. Секция спортивной группы «Каратэ-до»	1 чел.
31. Подготовительная группа образцового ансамбля эстрадно-спортивного танца	1 чел. в месяц
32. Концерт коллективов художественной самодеятельности	1 чел.
33. Музыкальная студия	1 чел.
34. Вечер отдыха	1 чел.
35. Фитнес	1 чел. 1 занятие
36. Детский аэробный фитнес	1 чел. в месяц
37. Игра в настольный теннис	1 ракетка в час
38. Поздравления с праздником	1 заказ
39. Создание и оформление титульных листов к рефератам, курсовым работам, докладам в электронном варианте	1 лист
40. Редактирование текста	1 стр.
41. Сканирование и обработка изображения	1 избобр.
42. Сканирование текста	1 лист
43. Запись документа на диск CD, DVD	1 Кбт
44. Распечатка с электронного носителя	1 лист
45. Цветная распечатка с электронного носителя	1 лист
46. Копирование информации на дисковый накопитель	1 Мб
47. Ксерокопирование: – лист ф. А4 (1 сторона) – лист ф. А4 (2 стороны) – лист ф. А3 (1 сторона) – лист ф. А3 (2 стороны)	1 копия 1 копия 1 копия 1 копия
48. Проверка электронного носителя на вирус	1 Гб
49. Выдача выкроек из журналов для снятия копий в библиотеке	1 экз.
50. Регистрация читателей при записи в библиотеку и перерегистрация	1 комп.
51. Бронирование литературы в читальном зале по телефону	1 экз.
52. Продление срока пользования литературой по телефону	1 экз.
53. Организация и проведение экскурсий по библиотеке	1 чел.
54. Выдача опубликованных изданий из фондов читального зала на дом со времени закрытия библиотеки до времени открытия	1 экз. в сутки
55. Выдача на дом изданий из коммерческого фонда	1 экз. в сутки
56. Присутствие в кадре сценического персонажа	1 чел.
57. Индивидуальное посещение экспозиции краеведческого музея: – для учащихся учебных заведений – для остальных категорий граждан РБ и иностранных граждан	1 чел. 1 чел.
58. Экскурсионное обслуживание: – для учащихся учебных заведений – для остальных категорий граждан РБ и иностранных граждан	группа до 25 чел.

Виды платных услуг	Ед. изм.
59. Фотографирование, съемка на камеру	1 чел.
60. Путешествие по фондам музея	1 чел.
61. Выездное тематическое мероприятие	группа до 25 чел.
62. Тематическое музейное мероприятие – для учащихся учебных заведений – для остальных категорий граждан РБ и иностранных граждан	1 чел.
63. Этнографический свадебный обряд	1 чел.
64. Лекция, музейное занятие – для всех категорий граждан РБ и иностранных граждан	1 чел.
65. Платное посещение экспозиции музея – для взрослых – для студентов и школьников	1 чел. 1 чел.
66. Экскурсионное обслуживание	группа до 25 чел.
67. Платное посещение музыкально-литературного вечера	1 чел.
68. Личная фотосъемка в экспозиции	1 чел.
69. Выдача опубликованных изданий, аудиовизуальных материалов из фондов читальных залов на дом со времени закрытия библиотеки до времени открытия (кроме редких книг в единственном экземпляре в фондах библиотек)	1 экз.
70. Выдача опубликованных изданий аудиовизуальных материалов из фондов читальных залов на дом на выходные дни	1 экз./сут.
71. Выдача выкроек из журналов для снятия копий в библиотеке	1 экз.
72. Выдача печатных изданий из читального зала для ксерокопирования отдельных статей и страниц документов	1 экз. 1 час
73. Разработка сценариев мероприятий	1 сцен.
74. Выдача за пределы библиотеки сценариев, разработанных работниками библиотеки	1 сцен. /1 сут.
75. Выдача литературы из коммерческого фонда	1 экз./сут.
76. Выдача диска (CD) на дом	1 экз./сут.
77. Выдача диска (DVD) на дом	1 экз./сут.
78. Выдача справочной литературы, редких и ценных книг (словари, справочники, энциклопедии, иллюстрированные книги по искусству) из коммерческого фонда	1 экз./сут.
79. Услуга по регистрации читателей при записи в библиотеку и перерегистрации	1 чел.
80. Предоставление льготы в размере 50 % от стоимости оказываемых услуг: – инвалидам и участникам войны; – пенсионерам; – учащимся.	1 чел.

Виды платных услуг	Ед. изм.
81. Проведение массовых мероприятий за пределами библиотеки (группа до 25 человек)	1 мероприятие
82. Просмотр видеокассет из фондов библиотеки в читальном зале с использованием технических средств библиотеки	1 час
83. Выдача документов, заказанных по МБА, на дом	1 экз./сут.
84. Организация и проведение экскурсий по библиотеке	1 чел.
85. Организация и проведение познавательных мероприятий с использованием элементов театрализации	1 чел.
86. Выдача методических пособий за пределы библиотеки	1 изд./сут.
87. Выдача журналов из фондов читального зала на ночь	1 экз./сут.
88. Выдача тематических папок из фондов читального зала на ночь	1 папка
89. Подготовка рефератов (до 15 страниц)	1 реферат
90. Поиск информации в базе данных	1 час
91. Поиск информации в интернете	1 час
92. Составление библиографических списков для курсовых и дипломных работ (библиографический поиск, редактирование, группирование)	1 описание
93. Формирование пакета документов по запросу пользователя	1 название
94. Ксерокопирование документов из фондов библиотеки. – лист ф. А4 – 1 сторона; – лист ф. А4 – 2 стороны; – лист ф. А3 – 1 сторона; – лист ф. А3 – 2 стороны;	1 стр. 1 стр. 1 стр. 1 стр.
95. Распечатка документов на принтере: – лазерном; – цветном струйном; – матричном.	1 стр. 1 стр. 1 стр.
96. Предоставление ПЭВМ для самостоятельной работы	1 час
97. Копирование информации на дискету	1 Кбт
98. Запись документа на диск (CD, DVD)	1 Кбт
99. Компьютерный набор текста работником библиотеки	1 стр.
100. Проведение электронной презентации	1 польз.
101. Сканирование и обработка текста	1 стр.
102. Создание электронных презентаций (на материале заказчика)	25 слайдов
103. Поиск информации в сети интернет по запросу пользователя	1 запрос 1 чит.
104. Поиск информации в электронном каталоге с выводом на печать	1 запрос
105. Отправка и получение корреспонденции по e-mail (разовое отправление)	1 сообщение
106. Предоставление документов из фондов библиотеки для цифровой, фото-, теле- и видеосъемки на оборудовании пользователя в пределах библиотеки	1 лист

Виды платных услуг	Ед. изм.
107. Организация и проведение мероприятий с участием кукольного театра	1 чел.
108. Услуги аттракционов:	
– летающая тарелка	3 мин.
– экспресс-шоссе	3 мин.
– автодром	3 мин.
– веселые горки	3 мин.
– орбита	3 мин.
– русские качели	15 мин.
– школьные качели	15 мин.
– солнышко	3 мин.
– передвижная карусель	3 мин.
– колокольчик	3 мин.
– детские качалки	3 мин.
– колесо встреч	3 мин.
– железная дорога	3 мин.
– веселый поезд	3 мин.
– колесо обозрения	3 мин.
– цепочная карусель	3 мин.
– «Вальс»	3 мин.
– «Сюрприз»	3 мин.
– электромобили	5 мин.
– бауты	6 мин.
109. Тир	1 выстрел
110. Прокат велосипедов, самокатов	1 час
111. Посещение детского сказочного городка	1 чел.
112. Посещение детского спортивного городка	1 чел.
113. Организация и проведение познавательных детских мероприятий с использованием элементов театрализации	1 чел.
114. Плата за обучение:	
– фортепиано, гитара;	1 мес.
– баян, аккордеон;	1 мес.
– струнные смычковые;	1 мес.
– ударные и духовые;	1 мес.
– народные струнные инструменты;	1 мес.
– художественное;	1 мес.
– хореографическое, хоровое, театральное отделение	1 мес.
115. Прокат музыкальных инструментов:	
– фортепиано;	1 мес.
– баян, аккордеон;	1 мес.
– гитара, струнно-смычковые, народные инструменты	1 мес.
– духовые	1 мес.
116. Оплата за учебу в подготовительных группах ДШИ	1 мес.

Виды платных услуг	Ед. изм.
117. Кино-, видео-мероприятие для детей продолжительностью не менее 0,5 часа по программе, разработанной силами самого кинотеатра, или с привлечением работников со стороны	1 билет
118. Тематический вечер, кинопрограмма, кинолекция (выступление специалистов с использованием фрагментов из кинофильмов), продолжительностью не менее 0,5 часа	1 билет
119. Творческая встреча с киноактерами, режиссерами, создателями фильма, продолжительностью не менее 0,5 часа	1 билет
120. Тематический кинолекторий «Шедевры мирового кино»	1 абонемент
121. Предоставление во временное пользование дисков с записью видео-программ для населения	1 экз./сут.
122. Предоставление во временное пользование дисков с записью видео-программ для предприятий, учреждений	1 экз./сут.
123. Перезапись информации с DVD диска на DVD диск, за 1 минуту без НДС для населения без НДС для организаций	1 экз. 1 экз.
124. Перезапись информации с DVD диска на видеокассету без НДС для населения без НДС для организаций	1 экз. 1 экз.
125. Перезапись информации с видеокассеты на DVD диск без НДС для населения без НДС для организаций	1 экз. 1 экз.
126. Услуги по видеосъемке	1 мин.
127. Услуги по фотосъемке	1 чел.
128. Предоставление во временное пользование одной части кинофильма предприятиям, учреждениям, организациям	1 сутки
129. Игра на игровой приставке SONY PLAY STATION – 2 (Сони Плэй Стэйшен – 2)	1 час
130. Игра на бильярдном столе для 2-х игроков	1 час
131. Игра на теннисном столе для 1 игрока	1 час
132. Игра на игровом автомате для 1 игрока	1 час
133. Игра на игровом автомате «Хоккей»	за жетон
134. Игра на игровом автомате «Формула 1»	10 мин.
135. Фотосъемка с ростовыми куклами	за 1 фото
136. Исполнение песен на «Караоке-центр»	1 песня

МАТРИЦА РАЗРАБОТКИ ПЛАТНОЙ УСЛУГИ

1. Название организации, учреждения
2. Авторы (контактное лицо/контакты)
3. Название платной услуги
4. Дата создания
5. Цель платной услуги
6. Задачи платной услуги
7. Новизна и актуальность
8. Целевая аудитория (возраст, семейное положение, степень социальной адаптированности (инвалиды; мигранты (беженцы); лица некоренной национальности и др.); интересы и ценностные ориентации (объединения, группы, клубы по интересам)
9. Кадровое обеспечение (команда/коллектив)
 - Руководитель проекта (организация и координация деятельности по оказанию платной услуги: сценарий, смета, планы работ, проведения)
 - PR-менеджер (работа со СМИ и т.д.)
 - FR-менеджер (работа с фондами, партнерами, меценатами)
 - Дизайнер (разработка логотипа, официальных бланков, афиш, пригласительных и пр.)
 - Бухгалтер (документация, договора, официальные письма и др.)
 - Art-менеджер (по работе с артистами, коллективами)
 - Звукорежиссер
 - Администраторы
 - Волонтеры
10. Этапы реализации платной услуги:
 - Подготовительный (изучение спроса на услугу, составление программы (сценария, сценарного плана), бюджета (сметы), составление договора об оказании платных услуг, утверждение документов)
 - Внедрение (оказание платной услуги)
 - Реклама (наружная; в СМИ (радио, ТВ, печатные); социальные сети (вайбер, инстаграм, телеграмм, фейсбук, в контакте, одноклассники и др.))
 - Завершение (фактическая смета, аналитический отчет, архивация документов и материалов (фото, видеотчет, размещение материалов на сайте, благодарственные письма спонсорам и партнерам, отзывы участников и др.).

Инструкция по заполнению

Для того чтобы начать работу над созданием новой платной услуги в учреждении культуры, необходимо конкретизировать пункты 1–10.

1. В первом пункте указывается полное название учреждения, на базе которого будет реализована платная услуга и почтовый адрес учреждения.

Рассмотрим на примере ГУ «Фанипольский городской Дом культуры»:

Минская обл., Дзержинский р-н, г. Фаниполь, ул. Чапского, 12, тел. 9-40-71.

2. Во втором пункте следует обозначить авторов создания платной услуги, указать ФИО и контактные данные (телефон, электронный адрес).

3. В третьем пункте написать название платной услуги.

Название платной студии: «Арт-лаборатория керамики»

4. В четвертом пункте необходимо указать дату создания платной услуги (число/месяц/год).

Дата создания: 01.01.2020 г.

5. В пятом пункте указать цель платной услуги.

Цель деятельности студии «Арт-лаборатория керамики»: развитие творческих способностей, умений и навыков работы с глиной у детей и молодежи г. Фаниполя.

6. В шестом пункте обозначить задачи платной услуги.

Задачи студии «Арт-лаборатория керамики»:

1) популяризация национальной культуры;

2) удовлетворение интеллектуальных и эмоциональных потребностей детей и молодежи г. Фаниполя;

3) освоение традиционных и современных технологий работы с глиной.

7. В седьмом пункте следует обозначить новизну и актуальность платной услуги, обосновать необходимость создания, указать проблемы, провести исследование (опрос, анкетирование), выявить интересы целевой аудитории.

Актуальность создания «Арт-лаборатория керамики» заключается в следующем:

а) в г. Фаниполь отсутствует Дом ремесел;

б) кружковая деятельность в данном виде ДПИ представлена одним кружком, который действует на базе учреждения дополнительного образования, что недостаточно для 16-ти тысячного города;

в) наличие спроса на данную услугу у школьников, молодежи, семей с детьми.

8. В восьмом пункте указать целевую аудиторию, учитывая возраст, интересы и ценностные ориентации.

Целевая аудитория по возрасту и другим показателям.

9. В девятом пункте необходимо обозначить коллектив (команду), специалистов, технического персонала, волонтеров, задействованных в реализации платной услуги.

Указать ФИО и контактные данные (телефон, электронный адрес) руководителя общей организации и координации (сотрудник учреждения культуры или приглашенный руководитель).

10. В десятом пункте необходимо прописать этапы реализации платной услуги.

ДОГОВОР на предоставление платной услуги

День_Месяц_Год

Населенный пункт

ГУК «_____» (название учреждения), именуемое в дальнейшем «Исполнитель», в лице директора _____ (Ф.И.О.), действующей на основании Устава, с одной стороны, и _____ (Ф.И.О.), именуемый в дальнейшем «Заказчик», с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1 Исполнитель обязуется оказать Заказчику платные дополнительные образовательные (иные) услуги (далее – Услуги)

1.2 Услуги оказываются в соответствии с программой _____ (название программы) для (возрастная категория), учебной программой и расписанием занятий.

1.3 В соответствии с настоящим договором ГУК «_____» принимает на себя обязательства по оказанию платной образовательной услуги _____ (название услуги) в объеме (количество занятий) в неделю.

2. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

2.1 Исполнитель обязан

2.1.1 оказать услуги в соответствии с пунктом 1.2 настоящего Договора;

2.1.2 предоставить необходимое помещение и методическое оснащение для проведения занятий;

2.1.3 обеспечить надлежащее качество оказываемых услуг;

2.1.4 предупреждать Заказчика об изменении цен на оказываемые услуги не менее чем за 10 календарных дней;

2.1.5 предупреждать Заказчика об изменении расписания занятий заблаговременно.

2.2 Исполнитель имеет право

2.2.1 получать от Заказчика ежемесячную плату за оказываемые услуги в соответствии с п.3 настоящего договора;

2.2.2 изменять расписание по оказанию данной услуги в связи с производственной необходимостью, другими уважительными причинами;

2.2.3 в одностороннем порядке расторгнуть договор в случае невыполнения Заказчиком п. 3 настоящего договора;

2.2.4 в одностороннем порядке расторгнуть договор по причине отсутствия ребенка на 2-х и более занятиях без уведомления администрации;

2.2.5 в течение всего периода оказания данной услуги менять комплектацию групп с целью улучшения качества занятий.

- 2.3. Заказчик обязан
- 2.3.1 вносить плату в соответствии с п. 3 настоящего договора;
- 2.3.2 своевременно уведомлять учителя и (или) администрацию о возможном отсутствии ребенка на занятиях;
- 2.3.3 своевременно приводить и забирать ребенка с занятий.

3. ЦЕНА И ПОРЯДОК РАСЧЕТОВ

3.1 Общая стоимость Услуг составляет _____ белорусских рублей в месяц.

3.2 Заказчик оплачивает Услуги до начала оказания Исполнителем услуг (предварительная 100 % оплата услуг за один месяц).

3.3 Оплата производится не позднее 10 числа в _____ (название банка). Заказчик должен предоставить в учреждение документ, подтверждающий оплату.

3.4 В случае пропуска ребенком 4-х и более занятий администрацией ГУК «_____» по согласованию с централизованной бухгалтерией и при наличии медицинской справки может быть произведен перерасчет оплаты обучения за данный период.

4. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

4.1 В случае неисполнения обязательств по договору Стороны несут ответственность в соответствии с действующим законодательством Республики Беларусь.

5. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

5.1 Договор вступает в силу с _____ и действует до _____.2021 г.

5.2 По усмотрению администрации Учреждения занятия могут быть прерваны на период каникул, в связи с производственной необходимостью и по другим уважительным причинам.

5.3 Договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу – по одному для каждой из Сторон.

6. РЕКВИЗИТЫ СТОРОН

Учреждение _____
Наименование _____
Местоположение, _____
(юридический, фактический адрес)
УНП, банковские реквизиты _____

Тел. _____

Заказчик
Ф.И.О. _____

Адрес _____

Тел. (дом., моб.) _____

Директор _____

Заказчик _____

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПЛАТНЫЕ УСЛУГИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ.....	3
1.1. Социокультурные услуги: сущность и характеристика	3
1.2. Виды платных услуг в сфере культуры.....	9
1.3. Нормативные правовые акты, регулирующие вопросы оказания платных услуг.....	12
РАЗДЕЛ 2. ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ ПО ОКАЗАНИЮ ПЛАТНЫХ УСЛУГ.....	17
2.1. Основные аспекты реализации платных услуг учреждениями культуры.....	17
2.2. Маркетинг и электронный Public Relations как эффективные инструменты для привлечения потребителей и расширения рынка платных услуг в сфере культуры.....	19
2.3. Формирование цен (тарифов) на платные услуги учреждений культуры.....	25
2.4. Планирование, учет и использование доходов, полученных от оказания платных услуг.....	26
2.5. Опыт реализации платных услуг учреждениями культуры Республики Беларусь.....	32
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	44
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	45
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	50
1. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть) от 29 декабря 2009 года № 71-3. Извлечение.....	50
2. Постановление Государственного комитета по стандартизации Республики Беларусь от 5 декабря 2011 г. № 85 «Об утверждении, введении в действие общегосударственного классификатора Республики Беларусь» (ОКРБ 005-2011). Извлечение.....	54
3. Постановление Национального статистического комитета Республики Беларусь от 28 августа 2015 г. № 101 «Об утверждении статистического классификатора СК 27.005-2015 «Платные услуги населению»». Извлечение.....	83
4. Указ Президента Республики Беларусь от 14 апреля 2011 г. № 145 «О некоторых вопросах налогообложения в сферах культуры и информации». Извлечение.....	91
5. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 19 июля 2013 г. № 641 «О внебюджетных средствах бюджетных организаций». Извлечение.....	94
6. Примерный перечень платных услуг учреждений культуры.....	101
7. Матрица разработки платной услуги. Инструкция по заполнению.....	107
8. Договор на предоставление платной услуги (примерная форма).....	109

Научное издание

**ПЛАТНЫЕ УСЛУГИ
В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ:
ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**

Информационно-аналитические материалы

Под общей редакцией
Лаптенюк Ирины Брониславовны

Составители:
Харитончик Роман Федорович,
Лапикова Екатерина Анатольевна

На обложке:
Процесс шлюзования на Августовском канале:
групповые и индивидуальные посещения.
Фотография предоставлена управлением культуры Гродненского облисполкома

Подписано в печать 11.11.2020.
Формат 60x84 1/16. Бумага офсетная. Цифровая печать.
Усл. печ. л. 6,84. Уч.-изд. л. 6,29. Тираж 9 экз.

Издатель и полиграфическое исполнение:
УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств».
Свидетельство о государственной регистрации издателя,
производителя, распространителя печатных изданий
№ 1/177 ад 12.02.2014.
Ул. Рабкоровская, 17, 220107, г. Минск.