

Предпринимательская деятельность в шоу бизнесе. Специфические особенности, современные тенденции развития шоу-бизнеса.

В узком смысле слова шоу-бизнесом называют исполнение музыкальных номеров, рассчитанных на массовую аудиторию. Однако в более широком смысле слова к шоу-бизнесу относят не только музыкальную эстраду, но и многие другие близкие к ней по функциональному назначению виды деятельности: киноиндустрию, зрелищные спортивные состязания, развлекательные телепередачи, конкурсы красоты и даже музыкальное радиовещание. Наконец, в предельно расширительном истолковании говорят, что шоу-бизнес – это реклама, оптовая торговля и индустрия музыкальных и информационных программ, производство и тиражирование фильмов, фонограмм и аудиовизуальной продукции, коммерческая организация эстрадных групповых и индивидуальных выступлений актеров, певцов, торговля авторскими и смежными правами, создание музыкальных и видео-клипов, рекламных фильмов, буклетов, афиш, проспектов и прочего.

Главным механизмом, диктующим «правила игры» в шоу-бизнесе, является рынок. Иначе говоря, объект искусства выступает как товар; субъект, его воспринимающий – как потребитель. Восприятие искусства превращается в товарно-денежный обмен, регулятором и стимулятором которого служит реклама.

Шоу-бизнес основан на эксплуатации популярности выдающихся исполнителей и артистов («звезд»), на имеджмейкерстве (создании имиджа) как разновидности предпринимательской деятельности. Главным лицом становится не артист, а продюсер (от англ. *produce* – продавать), который не только финансирует проекты, но и диктует артистам имидж и репертуар, подбирает техническое обеспечение, ведет переговоры со СМИ и т.д. Исполнители выступают как наемные работники, подчиняющиеся указаниям предпринимателя-продюсера и получающие, как правило, не слишком высокие гонорары. Успех любого шоу-проекта зависит от его соответствия изменчивым вкусам зрителей, поэтому продюсер должен не только быть специалистом по инвестициям и рекламе, но и глубоко разбираться в массовой культуре, «чувствовать зрителя».

Производство «звезд» происходит тремя путями. Бывает, что талантливые артисты сами повышают свое мастерство, зарабатывая деньги клубными концертами, на свои деньги записывают успешный альбом и лишь затем подписывают контракт с какой-либо известной фирмой. Другой вариант – это поиск продюсерами потенциально хитовых исполнителей наугад (в частных клубах, в записях, поступающих «самотеком» в звукозаписывающие компании). Основным вариантом, однако, является конкурс исполнителей под конкретный продюсерский проект, когда не исполнитель ищет подходящего продюсера, а, наоборот, продюсер выбирает подходящего претендента на роль «звезды».

Лишь наиболее популярные «звезды» могут рассчитывать вместо фиксированного гонорара на процент от чистой прибыли при гарантированном минимуме. В результате их доходы достигают поднебесных высот. Так, в 2002 чистый доход знаменитого рок-музыканта Пола Маккартни превысил 72 млн. долл. (он стал первым миллиардером среди рок-музыкантов), у группы [«The Rolling Stones»](#) – 44 млн. В феврале 2003 Пол Маккартни всего лишь за один частный концерт в честь дня рождения одной из своих поклонниц получил 1 млн. долл. (правда, сразу передав всю сумму в благотворительную организацию). Сверхвысокие доходы «звезд» являются разновидностью ренты, величина которой зависит исключительно от спроса. Впрочем, даже «звезды» не всегда обеспечивают себе пожизненный достаток. Находясь на пике популярности, они часто приучаются «сорить» деньгами; когда же карьера подходит к концу (в шоу-бизнесе она редко длится более десятилетия), то многие экс-«звезды» по инерции продолжают много тратить и разоряются.

Поскольку шоу-бизнес требует исключительно больших затрат на рекламу, в этой отрасли очень высока концентрация производства. Так, в мировой индустрии звукозаписи абсолютными лидерами является «большая пятерка» – американские фирмы Sony, Universal и Warner, английская EMI и германская BMG. Это пять крупнейших производителей фонограмм, так называемые «мэйджоры», контролируют более 70% мирового рынка.

С самых ранних моментов истории шоу-бизнеса обозначились непростые взаимоотношения между коммерческими зрелищами и более культурными видами досуга: зрелища более демократичны, но гораздо менее способствуют развитию личности.

В 20 в. шоу-бизнес решительно потеснил более элитарные виды искусства. Создалась ситуация, когда даже «высокое» искусство вынуждено использовать опыт шоу-бизнеса: вряд ли какое-либо явление культуры, художественное событие, произведение искусства и т.д. будет замечено общественностью и получит признание, если оно не обретет форму шоу. По мнению многих деятелей от искусства, успешно встроившихся в эту систему, рыночные отношения – единственный способ «спасти» культуру.

Отрицательные издержки подобного подхода видны уже сегодня. Особенно очевидны эти процессы в классических видах искусства. Круг широко известных его деятелей составляют теперь не мастера, творящие для знатоков и ценителей, а те, кто получил одобрение в коллективном сознании, кто обозначил своё творчество как товарный бренд. Успех артиста оказывается обеспечен не только (часто – не столько) его талантом и мастерством, сколько соответствием виртуальным культурным ценностям, к достоинствам самого искусства часто не имеющим никакого отношения.

Впрочем, внутри шоу-бизнеса тоже есть своя иерархия качества. Если творчество, например, участников ансамбля [«Битлз»](#) приближается к «высокому» искусству (не случайно Полу Маккартни было торжественно присвоено рыцарское звание), то «творчество» большинства других исполнителей является товаром «одноразового прослушивания».

Абсолютное доминирование в шоу-бизнесе американских (или, по крайней мере, англоговорящих) фирм и артистов ведет к тому, что он превращается в инструмент американизации мировой культуры.

Перспективы развития предпринимательской деятельности в сфере культуры на ближайшие годы в Республике Беларусь.

В целом, уровень развития малого предпринимательства в республике, измеряемый по общепринятым в промышленно развитых странах показателям, явно недостаточный. Так, на 1000 белорусов приходится в среднем лишь 6 МП, тогда как в странах – членах ЕС – не менее 30. Лишь Минск по плотности распространения малого предпринимательства приблизились к уровню Западной Европы. На 1000 их жителей приходится 20 МП.

Не менее высок разрыв в уровнях развития МБ, измеряемых другими показателями. В республике доля МП в общем числе предприятий составляет 29%. В странах ЕС только микропредприятия (микрофирмы) составляют более 90% от общего числа предприятий. Доля белорусских МП в обеспечении занятости – лишь 10% от общего числа работающих постоянно на всех предприятиях. В странах ЕС данный показатель для сектора МСП – порядка 65%.

За прошедшие 9 лет создана нормативно-правовая база, регулирующая предпринимательскую деятельность в малых формах. Определены цели и задачи государственной политики в области малого предпринимательства. Разработаны механизмы реализации целевых установок и созданы структуры, воплощающие их в жизнь. Сформирована сеть сервисных организаций, предоставляющих малым предприятиям образовательные, информационные, консультационные, финансовые услуги.

В целом, уровень развития сектора МБ в республике явно недостаточен с точки зрения требований рациональной структуры рыночной экономики, потребностей переходного периода в РБ.

Между тем, изменение внутренней экономической конъюнктуры в результате финансового кризиса августа 1998 года создало некоторые предпосылки и стимулы для развития предпринимательства.

По совокупности причин, среди которых доминирует августовский кризис, малый бизнес к концу 2001 г. как бы уменьшился в размерах. В трех основных отраслях: промышленности, строительстве, торговле и общественном питании, зафиксированы следующие изменения. Резкое сокращение числа занятых произошло на промышленных и строительных МП, на 17% и 27% соответственно. Численность работающих на МП торговли и общественного питания практически не изменилась.

Снижение объемов производства произошло повсеместно, но если в строительстве на 1%, в промышленности на 7%, то в торговле и общественном питании почти на треть. Что до прибыли, то по итогам 2006 года ею смогли похвастаться лишь строительные МП. Правда, относительно 2005 года их совокупная прибыль уменьшилась на 72%.

Однако большее всего кризис ударил по малому предпринимательству столицы. Столичные преимущества от близости финансовых потоков, относительно высокого уровня доходов населения враз обернулись потерей рынков сбыта, разрывом хозяйственных связей, обострением конкуренции.

Таков безрадостный пейзаж, на фоне которого начался 2007 год. Смогли ли предприниматели переломить негативные тенденции и воспользоваться немногочисленными положительными результатами кризиса, главный из которых – высвобождение рыночного пространства из-за ухода импортеров и более слабого отечественного бизнеса [9, с. 96].

В экономике республики стала прослеживаться тенденция к началу новой, рыночной концентрации и централизации капиталов, а также самой хозяйственной деятельности. Получил развитие процесс поглощения предприятий. Часто наиболее рентабельные малые предприятия оказываются первой жертвой таких поглощений. Например, в Минске на месте еще недавно многочисленных индивидуальных торговых ларьков возникли хорошо оформленные торговые павильоны, принадлежащие той или иной

крупной фирме. Менее рентабельные МП, не выдержавшие экономической конкуренции со средними и крупными фирмами, были вынуждены свернуть свою деятельность. В этом смысле на нынешнем этапе реформ процессы централизации и концентрации капиталов также противостоят увеличению численности МП. Но в дальнейшем, возможно, новые крупные и средние предприятия будут самым активным образом стимулировать создание новых МП в структуре формируемых новых хозяйственно-технологических цепочек, т.е. в будущем наибольшее распространение получат холдинги, т.к. именно они являются наиболее гибкой экономической структурой.

Замедление роста числа новых малых предприятий объясняется тем, что не проявил свою силу - и в экономическом, и в социальном плане - такой мощный фактор увеличения малых предприятий, как рост безработицы. Несмотря на все прогнозы ее бурного увеличения, вплоть до 1996 г. официальная безработица оставалась на уровне 2-3% экономически активного населения. Реальная безработица может быть на порядок выше, на что указывают альтернативные расчеты экспертов профсоюзных объединений, международных организаций и пр. Но тем не менее официальный статус работающих (пусть даже на "полуживых" предприятиях), пока он действует, создает социально-психологический эффект, при котором люди откажутся заниматься иной самостоятельной деятельностью, в том числе пробовать свои силы в сфере малого бизнеса. Более распространенным оказывается случайный, часто нигде не регистрируемый вспомогательный заработок от мелких перепродаж или выполнения подсобных работ. Но как только правительство РБ на деле, а не на словах пойдет на банкротства многочисленных нерентабельных предприятий, рост официальной безработицы, несомненно, вызовет новую волну увеличения числа МП. Резкий спад темпов прироста числа МП по-разному нашел отражение в отдельных отраслях. Хотя и несколько замедлившись, но впервые за несколько прошедших лет опережающими темпами увеличилось количество МП в строительстве и на транспорте (на 18 и 19% в 2005 г.). В торговле и сфере общественного питания число МП уменьшилось примерно на 10%. В общей коммерческой деятельности по обеспечению функционирования рынка, в сфере обслуживания произошло абсолютное сокращение числа малых предприятий (-5,6%). В 2006 г. среднесписочная численность занятых в МП по сравнению с 2005 г. увеличилась на 0,8%. Конечно, величина прироста невелика, но она подтверждает данные социологических опросов, в ходе которых руководители МП высказывали мнение о необходимости увеличения численности персонала предприятий. И что очень важно, они указывают на то, что настало время перехода от полуживых занятости к нормальной, адекватной действующим законам. Особо надо отметить усиление инвестиционной активности МП. Общий объем их капитальных вложений за 2006 г. возрос в 4 раза, причем в промышленности - в 7,4 раза.

Можно констатировать, что в 2005-2006 гг. проводимая правительством политика умеренно-жесткой финансовой стабилизации, с одной стороны, сопровождалась значительным замедлением темпов роста количества МП, но с другой стороны, имела выраженный оздоровительный эффект. В стране стала формироваться принципиально новая экономическая ситуация, в которой МП начали играть роль, характерную для малого предпринимательства в нормальной рыночной экономике. Малые предприятия в борьбе за выживание научились самостоятельно приспособиваться к сложностям рынка. Так, для повышения своей жизнеспособности МП активно скрывают реальную хозяйственную и инвестиционную деятельность. Более чем половина МП неторгового профиля помимо основной деятельности в 2006 г. занималась еще и торговлей как несложной, но относительно прибыльной деятельностью с быстрым сроком оборачиваемости капиталов. А торговые капиталы все чаще устремляются в производство, хотя и в

самых простых его формах. В целом можно предположить, что новый рывок в динамике числа МП, в увеличении их макроэкономического веса по всем показателям неизбежен. Его следует ожидать по мере накопления предпосылок для формирования целостной системы рыночного хозяйствования, решительных шагов в области демополизации экономики, де бюрократизации управления и, конечно, общего перехода к фазе оживления и подъема производства и производственного инвестирования [8, с. 76]. Для закрепления и дальнейшего развития позитивных тенденций роста белорусского малого предпринимательства, кардинального расширения поля его деятельности требуется активизация государственной поддержки МП на всех уровнях. В первую очередь в поддержке нуждается сфера кредитования и страхования малого бизнеса, стимулирования его инвестиционной активности. Настоятельной необходимостью является декриминализация малого бизнеса. Чрезвычайно важно также расширение инновационной и научной деятельности МП в интересах развития всех сфер белорусской экономики.

Начало реального подъема в экономике позволит перейти к следующему этапу настоящего рыночного развития белорусского малого бизнеса. Заложенные основы рыночных отношений, сформировавшиеся капиталы, их способность к инвестиционной деятельности дают возможность предположить, что очередной - шестой этап (с 1995 г. по наст. время) развития предпринимательства сможет изменить соотношение деятельных сил в пользу инновационных процессов. Тогда предпринимательство сможет проявляться во всем многообразии и обнаруживать силы, способные двигать рынок, обеспечивать нормальное функционирование рыночной экономики, сосуществование различных субъектов, каждому из которых отведены свои сферы приложения деятельности и свои задачи. Государству же предстоит приложить усилия для всемирного развития и поддержания в долгосрочной перспективе конкурентной среды и её стабильности в качестве среды хозяйствования. На данном этапе актуальна проблема внедрения на рынок малых предприятий в условиях жесточайшего экономического кризиса, который привел к банкротству большого числа крупных олигополий. Обвал рубля в Беларуси привел к тому, что крупные компании потеряли свои позиции на рынке товаров и услуг, а большинство средних и мелких предприятий, вообще перестали существовать. В 90-е годы стабильно росла доля МП в общем объеме ВВП. Это - весомый факт, особенно на фоне продолжающегося спада практически во всех сферах белорусской экономики.

В развитии малого предпринимательства за последние 1-2 года наметились кардинально новые тенденции, выразившиеся в первую очередь в существенном замедлении темпов роста числа малых предприятий. Для стран с переходной экономикой, к которым относится и Республика Беларусь, характерно сочетание рыночного «саморазвития» и государственного регулирования. При этом переход к рыночным механизмам является не самоцелью, а лишь средством динамичного развития республики, её интегрирование в мировое экономическое пространство и на этой основе роста благосостояния граждан. Рыночная экономика для своего нормального функционирования нуждается в развитой инфраструктуре юридических и финансовых институтов, формальных и неформальных норм, общепризнанных ценностей и традиционных правил общения. Как показывает опыт экономических реформ в странах Центральной и Восточной Европы, СНГ, в период реформирования необходимо твердое государственное регулирование для того, чтобы использовать весь накопленный потенциал экономики страны, обеспечить развитие промышленности и устойчивый рост ВВП. Развиваясь в этих условиях, негосударственный сектор экономики Республики Беларусь, к настоящему времени представляет собой достаточно ёмкий сектор общественного производства, ощутимую экономическую силу. Удельный вес его в

объёме валового внутреннего продукта в 2006 году достиг 45,7% (в 1994 году этот показатель равнялся 39,6%). Однако очевидны достаточно скромные темпы прироста вклада продукции негосударственных предприятий в ВВП страны. В негосударственном секторе функционирует более тысячи акционерных обществ и более 24 тысяч малых предприятий. Темпы прироста выпуска продукции негосударственными предприятиями в 2006 году по сравнению с предыдущим годом составили 17,8%, в то время как государственными – 6,1%. Капиталоёмкость продукции в негосударственном секторе экономики на 20% ниже по сравнению с государственным. Вместе с тем с началом экономических реформ рост негосударственного сектора экономики Республики Беларусь происходит в основном за счет разгосударствления и приватизации объектов государственной собственности. На сегодня, в основном, исчерпаны прежние возможности первоначального накопления и формирования стартового капитала за счет спекулятивного торгового оборота. В тоже время благоприятная рыночная среда для более интенсивного роста негосударственного сектора экономики и получения от него высокой отдачи пока не создана [6, с. 104].

Это обусловлено, прежде всего, утяжеленной системой налогообложения и регистрации хозяйственной деятельности, неразвитостью фондового рынка, непривлекательностью предложения долгосрочного кредита, недостаточными объёмами привлечения сбережений населения и иностранных инвестиций. При этом очевидно ослабление рычагов государственного управления, в то время, как механизм корпоративного управления, заключающийся в действенном акционерном контроле, не работает в полной мере. Не создана также финансовая база для проведения глубокой технологической реструктуризации и интенсивного экономического роста, - следствии слабой привлекательности финансовых инвестиций для частных и иностранных инвесторов, а также утечки финансового капитала в зарубежные страны. Это предопределяет угрозу технологического отставания, снижение конкурентоспособности и вытеснение отечественных производителей с внешнего и внутреннего рынка зарубежными конкурентами.

С учетом указанных факторов, СТРАТЕГИЧЕСКИМ ПЛАНом развития негосударственного сектора экономики представляется необходимым обеспечить рост главным образом за счет инвестиционных вливаний и перемещения рабочей силы на технологически обновленные рабочие места. К 2010 году планируется увеличение доли продукции негосударственного сектора в общем объёме промышленного производства, по крайней мере, до 65%. При этом объектом пристального внимания должно стать существенное повышение уровня эффективности производства и качества продукции [2, с. 152].

Особое место в негосударственном секторе занимает малый и средний бизнес, формирующий рыночную экономику с более высокими темпами динамики экономического роста и эффективности, чем в государственном секторе экономики. По итогам 2006 года, число малых предприятий в Республике Беларусь достигло более 32% от общего числа предприятий негосударственной формы собственности. За 2006 год в малом предпринимательстве республики введено более 64000 дополнительных рабочих мест.

В структуре предприятий и организаций малого бизнеса по результатам последних лет наибольший удельный вес имеют субъекты хозяйствования, занятые в следующих отраслях экономики:

- | | | | |
|----|---|---|--------|
| 1. | торговля и общественное питание | – | 51,0%; |
| 2. | промышленность | – | 17,0%; |
| 3. | строительство | – | 11,4%; |
| 4. | транспорт | – | 3,9%; |
| 5. | непроизводственные виды бытового обслуживания населения | – | 0,8%. |

Организации и предприятия малого предпринимательства негосударственной формы

собственности в преобладающем большинстве представляют собой субъектов с коллективной формой собственности (около 79), из них 76,6% составляют хозяйственные товарищества. Доля частных предприятий в общей структуре сравнительно невелика (20,4%), при этом в ней работает около 19% от общего числа занятых в малом предпринимательстве республики. Уровень рентабельности в сфере малого предпринимательства году составил 16,5%, в то время, как по народному хозяйству - 11%. Наиболее высок этот показатель для малых предприятий и организаций, занятых в сфере торговли и общественного питания (23,9%) и в сельском хозяйстве (21,9%). Уровень рентабельности предприятий и организаций малого предпринимательства частной формы собственности в году составил 20% (в 2005 году - 14,7%, 2006 году - 17,9%). Общеизвестно, что стратегическое значение развития малого и среднего предпринимательства (МСП) обусловлено тем, что малые и средние предприятия:

- в большей степени, чем крупные предприятия, содействуют росту занятости, и их доля в общем числе рабочих мест может быть весьма значительной (в государствах ЕС малые и средние предприятия обеспечивают 55% рабочих мест в экономике);
- могут помочь реорганизации крупных государственных предприятий, позволяя поглотить и не задействовать основные фонды, и излишнюю численность работников;
- дают экономике дополнительную гибкость в оказании услуг в производстве разнообразных потребительских товаров;
- способствуют усилению конкуренции на рынке и ограничению монополизма крупных предприятий;
- могут служить «Инкубатором» предпринимательских (рыночных навыков и инноваций).

Прирост численности работающих на малых предприятиях обеспечивает занятость высвобождающихся работников государственного сектора (среднегодовые темпы прироста за последние 5 лет составили 13,2%). Это представляется особенно важным в условиях переходной экономики, т. к. снижает социальную напряженность в обществе. Однако предпринимательство пока не набрало «критической массы» в новом качестве, преобразующем экономику на рыночных началах. Развитие малого и среднего бизнеса происходит при органической поддержке со стороны государства, особенно в деле привлечения инвестиций частных и иностранных инвесторов.

В этих условиях главной целью развития предпринимательства на период до 2010 года является обеспечения развития бизнеса на усовершенствовании организационно – правовой, финансово – инвестиционной, научно – инновационной и управленческой основе, превращение его в ядро интенсивно развивающегося сектора экономики, в основной источник пополнения бюджета и увеличения числа новых рабочих мест. Для достижения указанной цели представляется необходимым комплексно решать следующие основные задачи

- улучшить предпринимательский климат, создать благоприятную рыночную среду для ускорения развития субъектов малого и среднего бизнеса;
- устранить причины, обуславливающие отток предпринимательского и научно – технического потенциала, а также финансового капитала в зарубежные страны. Создать условия для его реинвестирования в отечественную экономику;
- упростить систему регистрации, учета и отчетности, а также облегчить налоговое бремя. Упорядочить лицензируемые виды деятельности и упростить порядок выдачи лицензий и других видов государственного регулирования с учетом опыта стран с переходной экономикой;
- формировать устойчивую финансовую базу развития малого и среднего бизнеса, его самофинансирования. Развивать рынок ценных бумаг, залоговых форм привлечения частных и иностранных инвестиций и других форм инвестирования отечественного бизнеса, обеспечить доступность банковского кредита, повысить привлекательность долгосрочного кредитования, надежно гарантировать возврат используемых

- инвестиционных ресурсов;
- совершенствовать систему государственной поддержки развития предпринимательства и государственного регулирования деятельности предпринимательских структур, повысить всех форм финансовой поддержки малого и среднего бизнеса;
 - совершенствовать отношения собственности и внедрять корпоративное управление производством.

Для выхода на новый уровень государственной поддержки развития малого и среднего бизнеса и его государственного регулирования представляется необходимым, в свою очередь, обеспечить следующие мероприятия:

- совершенствование нормативно – правовой базы поддержки развития малого предпринимательства, в том числе и с учетом необходимости её унификации с законодательством РБ. Ожидается, что к 2005 году создание и деятельность субъектов предпринимательства будет регламентироваться предпринимательским кодексом;
 - установление ряда налоговых льгот и льготирование долгосрочного кредитования, расширение системы микрокредитования и увеличения объёмов финансового лизинга, в том числе и международного;
 - внедрение залоговых и других нетрадиционных форм привлечения финансовых инвестиций;
 - совершенствование и развитие инфраструктуры и поддержки предпринимательства (центры поддержки, «инкубаторы» малого бизнеса, инновационные центры, технопарки, венчурные фонды, общества взаимного кредитования и страхования, а также другие инновационно – инвестиционные структуры);
 - формирование разветвлённой системы подготовки переподготовки кадров для предпринимательских структур, использования для этих целей потенциала высших и средних специальных учебных заведений страны.
- Предпосылки к росту производственной активности малых и средних предприятий могут быть реализованы при скорейшем переходе на нетрадиционные формы привлечения инвестиций, обеспечивающие перелив капитала, накопленного в сфере услуг и торговли. При этом должна быть обеспечена ориентация, прежде всего, на освоение ресурсосберегающих и наукоемких технологий, а также на создание благоприятных условий технологического и организационного обновления производства.

В республике должно предусматриваться дальнейшее совершенствование системы налоговых льгот и льгот по бюджетным и банковским кредитам и других мер по формированию стартового капитала вновь создаваемых предпринимательских структур, а также по увеличению накоплений для самофинансирования инвестиционных решения на действующих предприятиях, в том числе и в сфере бытовых услуг населению. Все эти меры могут значительно усилить общественный интерес к предпринимательской деятельности в целом, а также к таким её отраслям, как бытовые услуги для населения [6, с. 121].

По прогнозным оценкам, в ближайшей перспективе повысится удельный вес занятых в сфере предпринимательства в 1,5 раза. К 2010 году вклад в ВВП республики малого и среднего предпринимательства достигнет 20-25%.

В этих условиях ожидается значительное расширение круга эффективно работающих малых предприятий, где темпы роста реализованной продукции на 1-2 пункта будут превышать её рост в негосударственном секторе в целом, а рентабельность производства в 1,5-1,7 раза. Указанная тенденция обуславливается спецификой малых организационных форм управления производством, с также развертыванием инфраструктуры их поддержки в приоритетных для государства направлениях. По экспертным оценкам, ожидается повышение удельного веса малого бизнеса в негосударственном секторе экономики с 21% до 30% в 2010 году, что значительно улучшит конкурентную среду на отечественном рынке товаров и услуг. При этом

экономическое развитие отечественных производителей будет происходить в жесткой конкурентной борьбе с зарубежными производителями на внутреннем и внешних рынках.

Начиная с 2001 года ежегодно выполняются и принимаются программы государственной поддержки малого предпринимательства в Республике Беларусь. Главной целью финансовой политики государства в отношении малого бизнеса должно быть устранение неблагоприятного положения малых предприятий на рынке кредитных ресурсов в силу их недостаточной финансовой устойчивости и кредитоспособности, а также целевое финансирование высоко эффективных программ и проектов, позволяющее раскрыть внутренний потенциал малых предприятий.

Особенности предпринимательской деятельности в аудиовизуальной сфере

Сегодня государство проводит протекционистскую политику в отношении российской кинематографии и с принятием Федерального закона "О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации" установило в качестве ее основных направлений: Принятие законов и иных нормативных актов в области кинематографии; частичное государственное финансирование производства, тиражирования, проката и показа национальных фильмов; льготное налоговое, таможенное, валютное и иное финансовое регулирование деятельности организаций кинематографии. В нем подчеркивается, что все организации кинематографии, независимо от организационно-правовых форм и форм собственности, имеют право на получение государственной поддержки.

Правовое регулирование отношений в кинематографии идет по трем направлениям: по поводу создания, распространения и использования аудиовизуальных произведений. Законодательство устанавливает широкие рамки для реализации прав и интересов субъектов на всех стадиях прохождения фильма от авторов к зрителям.

Деятельность по созданию,- распространению и использованию аудиовизуальных произведений представляет собой сплав творчества и предпринимательства, что обусловлено особой правовой природой предмета деятельности - результата совместного творчества, создание которого требует значительных финансовых затрат.

Аудиовизуальное произведение как предмет и продукт предпринимательской деятельности воспринимается разными участниками кинопроцесса по-разному. Одни видят в нем плод своего творческого труда, другие - результат своей организационной деятельности, третьи - товар или средство, могущее принести существенные доходы. Режим аудиовизуального произведения, как и статус лиц, участвующих в его создании, распространении и использовании, устанавливаются нормами различных отраслей права, поэтому речь может идти о комплексном правовом регулировании предпринимательской деятельности в кинематографе.

Центральной фигурой предпринимательской деятельности в аудиовизуальной сфере является новый для российского кинематографа субъект - продюсер. Особенность его правового статуса заключается в том, что закон не предоставляет ему никаких прав на результат его деятельности и круг правомочий продюсера по отношению к аудиовизуальному произведению определяется объемом прав,

Отношения собственности в сфере культуры. Осуществление творческой и хозяйственной деятельности в условиях рынка

Отношения собственности формируются под влиянием господствующих экономических отношений и социально-экономических условий жизни. Это общая теоретическая предпосылка определенным образом модифицируется в сфере культуры, которая является, во-первых, сферой общественного сознания и, во-вторых, совокупностью отраслей, учреждений, организаций, видов деятельности, хозяйствующих субъектов и т.д. Кроме того, в сфере культуры имеется большой объем неимущественных факторов и результатов производства, что определяет существования особого рода неимущественных отношений собственности, нехарактерных для большинства отраслей хозяйства.

Собственность на результаты культурной деятельности принадлежит создателю, по крайней мере, там, где действует авторское право, режим ее реализации может быть отличным от господствующего права собственности, сложившегося в обществе.

Рыночные отношения в Беларуси обусловили появления разнообразных форм собственности в сфере культуры, формирование которых происходит под влиянием как экономических, так и неэкономических факторов. Среди них наиболее важными представляются следующие:

- а) отношение общества к сфере культуры, которое может выступать в форме государственной культурной политики;
- б) необходимость развития культуры отдельных народностей, наций, определяющей их самобытность и самостоятельность в многонациональной стране;
- в) претензии различных классов, групп населения, религиозных, общественных организаций и движений, политических партий (филателия, нумизматика, хоровое пение и т.д.), а также отдельных граждан (по отношению к объектам культуры и их результатам);
- г) интерес со стороны коммерческих структур и капитала вообще к культуре как к сфере бизнеса.

Выделенные пласты интересов, выступающих персонифицировано или анонимно, являются абстрактными, которые в реальной действительности переплетены, дополняют друг друга, вступают во взаимные противоречия.

Такая классификация позволяет также судить об определенном сочетании как экономических интересов, связанных с определенной выгодой, так и неэкономических.

Особенностью сферы культуры является расхождение (несовпадение) формальных и реальных отношений собственности. Последние могут быть скрыты под личиной различного рода пожертвований, общественных акций и выступать в виде одной, обозначенной в уставе форме собственности. Хотя реальная собственность временно или постоянно переходит к указанным участникам культурных процессов. Реальное отношение собственности на культурные ценности могут маскироваться под другие организационно-правовые формы, которые трудно опознать и выявить, либо вообще находиться вне сферы легальных экономических отношений (теневая экономика).

Изменения реальных отношений собственности в сфере культуры в Беларуси происходили в дореформенный период под флагом поиска наиболее эффективных форм хозяйствования, расширяющих границы самостоятельности предприятий, усиливающих их хозрасчетную самостоятельность, поощряющих появление новых организационно-экономических форм культурного обслуживания населения.

Если проанализировать результаты культурной деятельности организаций только с двух позиций: их социальной значимости и коммерческой привлекательности, то современная структура собственности в сфере культуры будет следующей.

Первую группу составят организации государственной и ведомственной собственности, к которым относятся библиотеки, клубные учреждения, музеи, театральные зрелищные предприятия, цирки, объекты культурного наследия (памятники архитектуры, архивы и т.д.), также средства массовой информации, проводящие политику государства.

Вторую группу образуют организации и виды культурной деятельности, которые отражают идеологию определенных групп, партий, религиозных и иных объединений граждан, ассоциаций и т.п., а также являются их собственностью.

В третью группу войдут организации культуры и виды культурной деятельности – коммерчески привлекательные. Они составят частную, а иногда и смешанную формы собственности. В зависимости от конкретной ситуации к ним будут относиться центры досуга, галереи, издательская деятельность, книгопечатание, средства массовой информации, аудиовизуальная сфера и некоторые другие.