

## **Фандрайзинг как инструмент совершенствования системы финансирования российских музеев**

**Научный руководитель – Восколович Нина Александровна**

*Синицына Виктория Александровна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

*E-mail: victoria\_sinitsyna@mail.ru*

Фандрайзинг в сфере культуры - деятельность по привлечению средств из различных источников для осуществления социально значимых некоммерческих проектов, соответствующих миссии учреждения.

В настоящее время музеи играют важную роль в жизни общества, становясь культурными центрами, центрами коммуникации и развития населения. Необходимость развития культуры и искусства, музеев в частности, обуславливают цель исследования- обосновать возможности улучшения их финансирования. Основная деятельность организаций культуры и искусства - некоммерческая, поэтому встает вопрос о финансовой поддержке их деятельности. Социальная значимость порождает необходимость государственного участия, которое обеспечивает равный доступ населения к объектам культуры и искусства. Однако в последнее время наблюдается снижение доли отчислений на культуру в бюджете страны, что приводит к необходимости поиска и развития иных, дополняющих, внебюджетных источников финансирования.

Так, доля расходов на культуру и кинематографию в ВВП (%) после подъема 2001-2009 гг. с 0,37% до 0,67% резко снижалась (до 0,54% в 2012г.), после чего оставалась на примерно том же уровне в 0,55% (2016г.) [1]. В странах ЕС, в которых исторически роль государственного финансирования культуры высока относительно альтернативных методов, доля расходов государства в ВВП в среднем за 2014-2016 гг. составляет 0,1-1,1%, причем для восточных стран показатель в среднем больше, т.к. им необходимо более интенсивно развивать сферу для достижения результатов западных стран [6]. В России, таким образом, уровень госрасходов на культуру недостаточен. При этом большинство средств направляется на поддержание деятельности, а не на развитие [2].

Наиболее крупные музеи (Эрмитаж, ГТГ, ГМИИ им. Пушкина и др.) активно используют фандрайзинг, однако он часто оказывается недоступным малым и провинциальным музеям. Это можно объяснить наибольшей концентрацией капитала именно в крупных городах, предпочтением вкладывать средства в наиболее известные учреждения. Представляется, что основные ограничения развития фандрайзинга в России таковы:

- низкая культура участия в благотворительности, низкая социальная ответственность, в том числе из-за недоверия населения и бизнеса некоммерческим организациям;
- низкий уровень благосостояния индивидов, не позволяющий делать крупные капиталовложения;
- законодательные (в том числе налоговые) ограничения благотворительности и действия НКО;
- ограниченная готовность музеев внедрять новые методы взаимодействия с аудиторией, партнерами и спонсорами.

За рубежом степень финансирования за счет внебюджетных средств определяется принятой моделью финансирования (романская, германская, великобританская и американская), которая формируется исходя из исторических и экономических особенностей страны. Например, во Франции почти отсутствует негосударственное финансирование [3],

в США практически отсутствует господдержка, которая осуществляется только в форме грантов [3], при этом два американских музея входят в десятку наиболее посещаемых, а Лувр - самый посещаемый [4]. Следовательно, нет универсальной модели фандрайзинга, однако следует учитывать опыт других стран, разрабатывать меры, адаптированные под каждый музей.

На основе опыта зарубежных музеев можно обозначить такие тенденции, как: смена парадигмы мышления музеев, адаптация инструментов бизнеса (развитые отделы маркетинга, связи с общественностью и PR) к сфере культуры, переосмысление концепции музея, осознание конкуренции с альтернативными методами проведения досуга населения. В числе применяемых за рубежом мер, которые могут быть восприняты в России, важно отметить такие, как: новые способы взаимодействия с партнерами (их интеграция в выставки), применение современных технологий в рамках выставочной деятельности, расширение спектра образовательных проектов, тематических экскурсий, предлагаемых услуг (кафе, сувенирные магазины), просветительские проекты с различными организациями, ориентация на интенсивность получаемых посетителями впечатлений, развитие корпоративных и индивидуальных систем лояльности.

Наиболее соответствующая мировым тенденциям деятельность Третьяковской Галереи в последнее время показывает высокую эффективность: в 2016 г. музею удалось увеличить количество посетителей на 40% (до 2,3 млн), количество публикаций в СМИ более, чем в 2 раза, количество посещений сайта - на 72% (до 3,4 млн), средства Фонда поддержки - с 64,7 млн в 2015 г. до 91 млн от пожертвований и 12 млн от спонсоров в 2016 г., доход от основной деятельности составил 35% суммарных средств. В 2017 г. доля собственных средств превалировала над бюджетными и составила 58,9%, при этом 25% от всех доходов составили пожертвования и спонсорство, в 2018 г. эти показатели были соответственно 62,3% и 32,4%. То есть пожертвования и средства от спонсоров в 2018 г. составили наибольшую долю доходов музея - 860 млн, остальные 30% составили средства от оказания платных услуг, продажи сувениров. Сотрудничество с малыми музеями и распространению на них используемых в ГТГ методов привело в 2017 г. к росту посещаемости подведомственных музеев на 15-63%, доходов - на 80% [5].

Следует отметить, что эффективность фандрайзинга, как и эффективность деятельности музея в целом, может быть проанализирована только при комплексном подходе.

### Источники и литература

- 1) К проекту закона «О культуре в Российской Федерации». Материалы исследований/ Под ред. А.Я. Рубинштейна, Е.Э. Чуковской – М.: Государственный институт искусствознания. 2015
- 2) Романова В.В., Мацкевич А.В., Бюджетные расходы в сфере культуры, кинематографии и средств массовой информации: анализ состояния и динамики/ Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики» ; Ин-т управления гос. ресурсами ; под ред. Б. Л. Рудника. — М. : Изд. дом Высшей школы экономики. 2013
- 3) Чижиков В.М. Финансирование культуры: зарубежная практика // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. 2014
- 4) 100 самых посещаемых музеев мира в 2016 году: <http://www.theartnewspaper.ru/posts/4528/>
- 5) Отчеты Государственной Третьяковской галереи за 2015-2018 гг.: <https://www.tret'yakovgallery.ru/about/documents/reports/>
- 6) Public Funding of Culture in Europe, 2004-2016: [https://www.researchgate.net/publication/324273862\\_Public\\_Funding\\_of\\_Culture\\_in\\_Europe\\_2004-2016](https://www.researchgate.net/publication/324273862_Public_Funding_of_Culture_in_Europe_2004-2016)