

АЛМАТИНСКИЙ ФИЛИАЛ НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО  
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОФСОЮЗОВ»

---



**В.А. КАЧАЕВ**

**ЭКОНОМИКА  
СОЦИАЛЬНО-  
КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ  
К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ**

Алматы  
2016

**Автор-составитель:**

**КАЧАЕВ В.А.,**

кандидат технических наук, доцент Алматинского филиала НОУ ВПО  
«Санкт-Петербургский Гуманитарный университет профсоюзов»

Рекомендовано к печати

Учебно-методическим советом Алматинского филиала НОУ ВПО  
«Санкт-Петербургский Гуманитарный университет профсоюзов»  
от 21 декабря 2016 г. Протокол № 3

© Качаев В.А., 2016.

© АФ НОУ ВПО «СПбГУП», 2016

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	4
1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К РАЗЛИЧНЫМ ВИДАМ РАБОТ.....	6
2. ТЕМАТИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ	
ТЕМА 1. Введение в экономику социально-культурной сферы .....	11
ТЕМА 2. Состав и структура социально-культурной сферы .....	13
ТЕМА 3. Характер и особенности продукта СКС.....	16
ТЕМА 4. Производственные ресурсы СКС .....	18
ТЕМА 5. Рынок и конкуренция в СКС .....	21
ТЕМА 6. Ценообразование и планирование в СКС .....	23
ТЕМА 7. Государственное регулирование деятельности СКС.....	26
ТЕМА 8. Организационно-экономические основы ведения бизнеса в СКС .....	29
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ .....	32

## ВВЕДЕНИЕ

**Целью** изучения дисциплины «Экономика социально-культурной сферы» является овладение теоретическими основами экономики в сфере социально-культурной деятельности, практическими навыками анализа финансово-экономической и хозяйственной деятельности и повышения ее эффективности.

**Задачи** учебной дисциплины:

- 1) формирование умений и навыков работы с нормативными документами, экономической литературой, информационными ресурсами Internet, посвященными экономическим проблемам социокультурной сферы;
- 2) усвоение специальной экономической терминологии;
- 3) формирование понятия об основных категориях, закономерностях, характеризующих экономическое развитие предприятий социально-культурной сферы;
- 4) формирование основ экономического мышления.

В результате изучения дисциплины студент должен:

**1) знать:**

- состав и структуру социокультурной сферы;
- типологию продукта и виды ресурсов предприятий и организаций социокультурной сферы;
- экономические различия функционирования коммерческих и некоммерческих организаций;
- внутренние и внешние источники финансирования деятельности организаций социокультурной сферы;
- основы финансового планирования деятельности организаций социокультурной сферы;
- методы ценообразования на продукт социокультурной сферы;
- административно-правовые и экономические методы государственного регулирования деятельности организаций социальной сферы;
- организационно-экономические основы ведения бизнеса в социально-культурной сфере.

**2) уметь:**

- анализировать современные тенденции формирования ресурсов социальной сферы и их использования;
- определять структуру рынков культурно-досуговых и рекреационных услуг;
- выявлять современные тенденции формирования ресурсов социально-культурной сферы в различных регионах;
- разрабатывать смету или калькуляцию затрат по предоставлению отдельных услуг;
- планировать доходы и расходы, величину ожидаемой прибыли и рентабельность зрелищных видов социокультурной деятельности.

### **3) владеть:**

- экономической терминологией;
- методологией экономического исследования;
- современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных;
- навыками экономических расчетов в области финансово-экономического и ресурсного обеспечения творческо-производственного процесса в учреждениях культуры и досуга;
- навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений.

## 1. ОБЩИЕ МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К РАЗЛИЧНЫМ ВИДАМ РАБОТ

Практические занятия по экономике социально-культурной сферы проводятся в форме семинаров с целью закрепления и оценки знаний по дисциплине. На каждом семинаре заслушиваются и оцениваются ответы студентов по вопросам семинара. Соответственно, студент должен самостоятельно подготовиться к ответу или выступлению по любому вопросу, предусмотренному тематикой семинара. Самостоятельная работа студента – это способ активного, целенаправленного приобретения знаний без непосредственного участия преподавателя, во внеаудиторное время, обеспечивающий успешное усвоение дисциплины.

Семинарские занятия – важная форма учебного процесса. Они способствуют закреплению и углублению знаний, полученных на лекциях и в результате самостоятельной работы над научной и учебной литературой и нормативными источниками. Они призваны развивать самостоятельность мышления, умение делать выводы, связывать теоретические положения с практикой, формировать профессиональное экономическое сознание будущих менеджеров социально-культурной сферы. На занятиях вырабатываются навыки и умения публично выступать, логика обоснования, культура профессиональной речи.

Кроме того, семинары – это средство контроля преподавателей за самостоятельной работой студентов, они непосредственно влияют на уровень подготовки к итоговой форме отчетности – экзамену.

В выступлении на семинарском занятии должны содержаться следующие элементы:

- четкое формулирование соответствующего теоретического положения в виде развернутого определения;

- приведение и раскрытие основных черт, признаков, значения и роли изучаемого явления или доказательства определенного теоретического положения;

- подкрепление теоретических положений конкретными примерами.

Для качественного и эффективного изучения своего направления подготовки необходимо овладение навыками работы с книгой, воспитание в себе стремления и привычки получать новые знания из научной и иной специальной литературы. Без этих качеств не может быть настоящего специалиста ни в одной области деятельности.

Читать и изучать следует прежде всего то, что рекомендуется к каждой теме программой, планом семинарских занятий, перечнем рекомендуемой литературы.

Приступая к самостоятельной подготовке к семинару необходимо проявить инициативу в поиске специальных источников. Многие новейшие научные положения появляются, прежде всего, в статьях, опубликованных в журналах.

Работа с научной литературой, в конечном счете, должна привести к выработке умения самостоятельно размышлять о предмете и объекте изучения, которое должно проявляться:

– в ясном и отчетливом понимании основных понятий и суждений, содержащихся в публикации, разработке обоснований, подтверждающих истинность тех или иных положений;

– в понимании обоснованности и целесообразности, приводимых в книге и статье примеров, поясняющих выводы автора. При этом будет уместно, если Вы самостоятельно приведете дополнительные примеры к этим выводам;

– в отделении основных положений от дополнительных, второстепенных сведений;

– в способности критически разобраться в содержании публикации, определить свое отношение к ней в целом, дать ей общую оценку, характеристику.

Подготовку к семинару лучше начинать сразу же после лекции по данной теме. Прежде всего, следует доработать текст лекции по соответствующей теме, внимательно изучить план семинара, содержания основных учебных вопросов, выносимых для обсуждения, а также список рекомендованной литературы и дополнительные задания, которые могут быть даны преподавателем. Далее необходимо подобрать литературу, которая рекомендована для подготовки к занятию и бегло просмотреть ее. Это даст возможность выбрать те источники, где имеются ответы на поставленные учебные вопросы. Затем более внимательно ознакомиться с содержанием подобранных источников, отметить те части текста, в которых вопросы семинара раскрываются наиболее глубоко и подробно. В ходе углубленного чтения выделяются главные мысли, составляются краткие конспекты, тезисы своих будущих выступлений.

Конспекты, которые отражают содержание вопросов семинарского и практического занятия, лучше всего вести в той же тетради, в которой конспектируются лекции по дисциплине. Концентрация всей информации по проблеме в одном месте позволяет активно участвовать в обсуждении вопросов семинара. В дальнейшем такие записи значительно облегчат подготовку к экзамену.

Затем для проверки уровня усвоения материала надо ответить на прилагаемые в настоящих рекомендациях контрольные вопросы и выполнить предложенные задания. Работа с вопросами и заданиями для самоконтроля систематизируют знания.

Подготовка к семинарским занятиям не сводится только к поиску ответов на поставленные вопросы. Любая теоретическая проблема должна быть осмыслена с точки зрения ее связи с реальной жизнью и возможностью реализации на практике. По каждому вопросу Вы должны быть готовы высказать и свою точку зрения.

### **1.1. Рекомендации по работе с литературой**

Изучение литературы трудоемкая и ответственная часть самостоятельной подготовки к семинарскому занятию.

В зависимости от цели обращения к тексту и литературе существует несколько видов чтения, в ходе которых формируются основные методические приемы.

1. *Библиографическое чтение*, т.е. просматривание карточек каталога, рекомендательных списков, списков журналов и статей за год и т.п.

2. *Просмотровое*, т.е. поиск материалов, содержащих нужную информацию (обычно к нему прибегают сразу после работы со списками литературы и каталогами, когда методист устанавливает, какие из источников будут использованы в дальнейшей работе).

3. *Ознакомительное*, т.е. сплошное, достаточно подробное прочтение отобранных статей, глав, отдельных страниц, т.к. цель – познакомиться с характером информации, узнать, какие вопросы вынесены автором на рассмотрение, провести сортировку материала.

4. *Изучающее*, т.е. доскональное освоение материала: в ходе такого чтения проявляется готовность принять изложенную информацию, реализуется установка на предельно полное понимание материала.

5. *Аналитико-критическое и творческое чтение* – два вида чтения, близкие между собой тем, что участвуют в решении исследовательских задач.

Как правило, работа с литературой сопровождается записями в форме: плана работы, выписок, тезисов, аннотации, резюме, конспекта (текстуального и тематического).

План – это краткая форма записи изученного материала. Это перечень вопросов, рассматриваемых в книге, статье. План раскрывает логику автора, способствует лучшей ориентации в содержании изученных первоисточников. В случае, если план составлен после прочтения всего произведения, он получается последовательным, стройным, кратким. Форма плана не исключает цитирования отдельных мест, обобщение материалов, изученных позднее.

Выписки – это могут быть цитаты, то есть дословное изложение того или иного материала из источника, либо краткое, близкое к дословному изложению мест из источника, данное в собственном понимании. Достоинство выписок состоит в точности воспроизведения авторского текста, в накоплении фактического материала, удобстве его использования при написании научной работы в виде научного доклада или курсовой работы. Каждую выписку необходимо сопровождать ссылкой на источник с указанием соответствующей страницы.

Тезисы – это сжатое изложение основных мыслей и положений прочитанного материала. Их особенностью является утвердительный, недискуссионный, позитивный характер.

Аннотация – это сжатое изложение существа прочитанной работы. Аннотация составляется после полного прочтения и глубокого осмысления материала.

Резюме – это краткая оценка прочитанного произведения. Отражает наиболее общие выводы и положения работы, ее концептуальные итоги.

Конспект – это сжатое изложение первоисточника, в котором выделяется самое основное, существенное. Основные требования: краткость, четкость формулировок, обобщение важнейших теоретических положений. Составление конспекта требует вдумчивости, больших затрат времени и усилий. Конспектирование способствует глубокому пониманию и прочному усвоению изучаемого материала, помогает выработать навыки правильного изложения в письменной форме важнейших теоретических и практических вопросов, ясно излагать свои мысли.

Конспект может быть текстуальным и тематическим. Текстуальный конспект посвящен определенному произведению. Тематический конспект



посвящен конкретной теме, следовательно, нескольким произведениям. В текстуальном конспекте сохраняется логика и структура изучаемого текста. В тематическом конспекте за основу берется не план работы, а содержание темы, проблемы.

Целесообразно составлять конспект после полного прочтения изучаемого материала. Конспект может включать тезисы, краткие записи не только тех или иных положений и выводов, но и доказательств, фактического материала, а также выписки, дословные цитаты, различные примеры, цифровой материал, таблицы, схемы из источника. При оформлении конспекта необходимо указать фамилию автора изучаемого материала, полное название работы, место и год ее издания. Полезны ссылки на страницы.

В конспекте необходимо выделять отдельные места текста в зависимости от их значимости. При составлении конспекта важно привлечь более широкий круг литературы. Суметь разобраться в степени изученности темы. Необходимо выявить дискуссионные вопросы, нерешенные проблемы, попытаться высказать свое мнение или отметить, какой точке зрения по данной проблематике автор отдает предпочтение и почему.

При составлении конспекта рекомендуется следующая последовательность работ:

1. Внимательно прочитайте текст. Попутно отмечайте непонятные места, новые слова.

2. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля.

3. При первом чтении текста выделите главное и составьте простой план. При повторном чтении постарайтесь кратко сформулировать основное положение текста и отметьте аргументацию автора. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства.

4. Перечитайте ранее отмеченные места и проверьте последовательность записей.

5. Старайтесь выразить мысль своими словами; записи следует вести четко и ясно, кратко по объему, но емко по содержанию.

6. Стремитесь к тому, чтобы один абзац авторского текста был передан при конспектировании одним, максимум двумя предложениями.

7. Грамотно записывайте цитаты, цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли.

8. Необходимо заботиться о стиле и выразительности написанного.

Таким образом, овладение навыками конспектирования требует целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

## **1.2. Подготовка докладов**

Учебные доклады позволяют продемонстрировать теоретические и эмпирические знания, умения систематизировать и концептуализировать определенный излагаемый материал.

Требования к докладам студентов:

1) тема доклада должна соответствовать тематике проводимого практического занятия;

- 2) доклад проводится в устной форме с использованием иллюстрационного материала (презентации);
- 3) должна быть обоснована актуальность работы;
- 4) должна быть раскрыта сущность проблемы (то есть все аспекты темы должны быть освещены);
- 5) должна быть проявлена самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическое отношение к нему, умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них;
- 6) примеры и факты должны быть существенными, по возможности перекликаться с профилем обучения;
- 7) доклады должны демонстрировать:
  - соответствие требованиям логики;
  - четкое выделение излагаемой проблемы и ее четкую формулировку;
  - неукоснительную последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования;
  - правильное и содержательное использование понятий и терминов;
  - методологическое значение излагаемой темы для научной, профессиональной и практической деятельности.

Общая схема проведения практического занятия с заслушиванием доклада:

- 1) выступление докладчика;
- 2) вопросы аудитории по докладу выступающего;
- 3) выступления двух оппонентов (назначаются преподавателем перед заслушиванием доклада);
- 4) обсуждение содержания доклада, его теоретических и методических достоинств и недостатков, формы представления материала, дополнения и замечания по нему;
- 5) заключительное слово докладчика;
- 6) заключение преподавателя.

Обычно на семинарском занятии выносятся на обсуждение не более 2-3 докладов продолжительностью в 8-10 минут из расчета, что каждый студент должен подготовить не менее одного доклада за учебный семестр.

### **1.3. Диалого-дискуссионное обсуждение проблем**

Проводится как в рамках обсуждения докладов, так и постановкой преподавателем дискуссионных проблем. Эта форма имеет ряд достоинств. Кроме других задач, обычно реализуемых на семинаре, эта форма наиболее удобна для выработки навыков полемики. Диспут может быть и самостоятельной формой семинара, и элементом других форм практических занятий. В первом случае наиболее интересно проходят такие занятия при разделении студентов на две группы, отстаивающие противоположные точки зрения на рассматриваемую проблему. Вопросы, выносимые на подобные семинары, должны всегда иметь теоретическую и практическую значимость.

Диспут как элемент обычного семинара может быть вызван преподавателем в ходе занятия или же заранее планируется им. Poleмика возникает подчас и стихийно. В ходе полемики формируются находчивость, быстрота мыслительной реакции и, главное, отстаиваемое в споре мировоззрение складывается как глубоко личное.

## 2. ТЕМАТИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### ТЕМА 1. Введение в экономику социально-культурной сферы

**Цель занятия:** сформировать понимание объекта и предмета дисциплины «Экономика социально-культурной сферы», круга рассматриваемых ею вопросов.

#### **Методические рекомендации:**

Обратите внимание, что предмет исследований в науке формулируется в определении дисциплины: «Экономика социально-культурной сферы – это дисциплина о взаимоотношении людей в процессах производства, распределения, обмена и потребления различных товаров и услуг, удовлетворяющих социально-культурные потребности людей». Объектом является конкретная экономическая деятельность в отраслях СКС (культура и искусство, образование, здравоохранение, физическая культура и спорт, туризм).

Особое внимание обратите на понятия потребностей и социально-культурных потребностей.

Социально-культурные потребности, как часть общих потребностей, обусловлены естественной и постоянной потребностью в совершенствовании жизнедеятельности отдельного индивидуума, социальной группы и общества в целом. Они включают потребности:

- познавательные;
- художественно-эстетические;
- поддержание здоровья и формирование внешнего имиджа;
- рекреационные (или досуговые: это - отдых и развлечения).

Все социально-культурные потребности классифицируются по четырем иерархическим уровням:

- 1 уровень – **направления** культурных потребностей;
- 2 уровень – **виды** культурных потребностей;
- 3 уровень – **специфика** культурных потребностей;
- 4 уровень – **типы** культурных потребностей.

Человеческая культура в общем, культурный уровень отдельных социальных групп и конкретного индивидуума определяются уровнем и разнообразием их культурных (духовных) потребностей. Процесс их формирования и видоизменения обусловлен рядом социально-психологических факторов, основными из которых являются:

- демографические (преимущественно половозрастные) особенности;
- национальные традиции;
- идеологические и религиозные воззрения;

- среда воспитания и обитания;
- общий культурный и образовательный уровень;
- достижения научно-технического прогресса.

Деятельность в социально-культурной сфере направлена на всестороннее (интеллектуальное, эстетическое, нравственное, физическое) воспитание человека с использованием особых средств, восприятие которых осуществляется добровольно, с учетом интересов личности и преимущественно в свободное время.

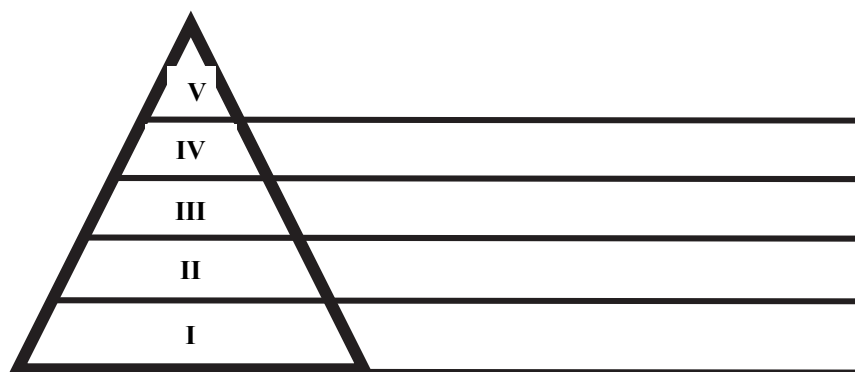
Выделяются несколько уровней вклада СКС в развитие современного Общества: прямой вклад в экономику, прямое социальное влияние, косвенное экономическое влияние, косвенное социальное влияние.

### **Практические задания:**

1. *Подготовьте доклад или выступление на одну из предложенных тем:*

- Объект и предмет экономики социокультурной деятельности.
- Понятие и определение потребности.
- Понятие и классификация культурных потребностей.
- Основные факторы, влияющие на формирование социокультурных потребностей.
- Характер и особенности деятельности в СКС.
- Роль СКС в развитии общества.

2. *Дайте определение понятия «потребность», запишите ступени пирамиды потребностей А. Маслоу и назовите, с какой ступени начинаются социально-культурные потребности:*



3. *Определите и дайте характеристику основных факторов, оказывающих влияние на формирование социально-культурных потребностей.*

4. *Дайте определение* социально-культурной потребности и приведите классификацию социально-культурных потребностей на примере культурно-эстетических потребностей:

1 уровень	Направление	Культурно-эстетические потребности
2 уровень	Виды	?
3 уровень	Специфика	?
4 уровень	Типы	?

5. *Приведите характеристику* деятельности в социально-культурной сфере и выделите ее особенности.

6. Определите, какие ценности вырабатываются социально-культурной сферой и заполните нижеприведенную таблицу.

Социальные ценности	?
Художественные ценности	?

7. Заполните нижеприведенную таблицу, определив роль социально-культурной сферы в развитии общества.

Прямой вклад в экономику	1. ...
Прямое социальное влияние	1. ...
Косвенный вклад в экономику	1. ...
Косвенное социальное влияние	1. ...

## **ТЕМА 2. Состав и структура социально-культурной сферы**

**Цель занятия:** сформировать представление об отраслях экономики, включаемых в состав социально-культурной сферы.

### **Методические рекомендации:**

Обратите внимание, что экономические границы определяются характером функций, выполняемых экономическим субъектом в общей

системе общественного производства в соответствии с общественным разделением труда. Деятельность социально-культурной сферы направлена на удовлетворение социально-культурных потребностей, которые включают: познавательные, художественно-эстетические, поддержание здоровья и формирование внешнего имиджа, рекреационные потребности. Соответственно, социально-культурная сфера как составная часть экономики, включая виды деятельности, составляющие сферу духовного производства, характеризуется невещественным характером результатов труда, то есть относится к нематериальному производству.

Социально-культурная сфера – сложное и неоднозначное понятие и в настоящее время нет общепринятой формулировки этого термина.

Одни исследователи определяют СКС как совокупность предприятий, выпускающих продукт, связанный с жизнедеятельностью людей. В этом случае к СКС относится большинство отраслей экономики, в т.ч.: легкая и пищевая промышленность, автомобилестроение, производство бытовой техники и пр.

Другие подразумевают под СКС совокупность предприятий, выполняющих социально-культурные функции, т.е. формирующих социальную (общественную) культуру людей и общества в целом. В этом случае СКС включает узкий перечень предприятий: театры, библиотеки, музеи.

Кроме этих полярных трактовок понятия социально-культурной сферы есть множество других определений. Это связано, с одной стороны, с постоянным развитием научных знаний, с другой – высокой динамичностью изменений и трансформации социально-культурных потребностей, под воздействием научно-технического прогресса, глобализации и коммерциализации культуры в мире.

С позиции экономики СКС мы принимаем, что социально-культурная сфера включает следующие отрасли: образование, культуру, здравоохранение, физическую культуру и спорт, туризм.

Предприятия СКС классифицируются по различным признакам. С позиции экономики деятельности предприятий целесообразна классификация по следующим признакам:

- 1) форма собственности;
- 2) вид продукта;
- 3) направления деятельности (функциональный признак);
- 4) способ хозяйственной деятельности.

#### **Практические задания:**

1. *Подготовьте доклад или выступление по одной из нижеприведенных тем:*

- Экономические границы СКС и факторы, их определяющие.
- Место СКС в общественном производстве.

- Сравнительная характеристика взглядов экономистов на состав и структуру СКС.
- Государственный, неприбыльный и коммерческий секторы СКС.
- Классификации организаций СКС.

2. *Определите, что такое «экономические границы» и что их определяет. Объясните экономические границы социально-культурной сферы.*

3. *Приведите сравнительную характеристику взглядов экономистов на состав и структуру СКС. Перечислите отрасли, входящие в состав СКС.*

№	Отрасль экономики, включенная в состав социально-культурной сферы
1	
...	

4. *Приведите определение и характеристику государственного сектора СКС.*

5. *Приведите определение и характеристику неприбыльного сектора СКС.*

6. *Приведите определение и характеристику коммерческого сектора СКС.*

7. *Укажите признаки, по которым проводится классификация организаций СКС.*

№	Классификационные признаки
1	
...	

8. *Приведите классификацию организаций СКС по форме собственности и охарактеризуйте типы предприятий.*

9. *Приведите классификацию организаций СКС по виду продукта и охарактеризуйте типы предприятий.*

10. *Приведите классификацию организаций СКС по направлению деятельности и охарактеризуйте типы предприятий.*

11. *Приведите классификацию организаций СКС по способу хозяйственной деятельности и охарактеризуйте типы предприятий.*

### **ТЕМА 3. Характер и особенности продукта СКС**

**Цель занятия:** рассмотреть виды продуктов социально-культурной сферы и раскрыть их характерные черты и особенности.

#### **Методические рекомендации:**

Обратите внимание на то, что характер продуктов предприятий СКС определяется их способностью удовлетворять разнообразным социокультурным потребностям людей. Продукт творческого труда в СКС – понятие сложное и противоречивое. Тем не менее, киносеанс, спектакль, концерт, рукопись и т.п., несомненно, являются продуктом труда, произведенным для купли – продажи на рынке.

Продукты в социально-культурной сфере могут иметь вещественную форму и выступать в виде разнообразных услуг.

Материальный продукт, создаваемый предприятиями СКС, составляет незначительную часть общего разнообразия продуктов СКС, связанную, в основном, с производством средств производства и потребления культурных благ. Он неоднороден по своему функциональному назначению и подразделяется на средства культуры и предметы культуры.

Услуга в социально-культурной сфере, как правило, не имеет вещественной формы. Исключение составляют такие услуги, как реставрация, аудио- и видеозапись, имеющие вещественную форму.

Нематериальные услуги по своим функциональным особенностям можно разделить на две группы: выполняющие непосредственно культурную функцию и выполняющие функцию «передаточного механизма». К первой группе относятся услуги, оказываемые актерами, чтецами, музыкантами, певцами, экскурсоводами и т.д., в процессе показа спектаклей, концертов, проведения экскурсий. Ко второй группе относятся выдача книг в библиотеках, показ фильмов в кинотеатрах, прокат видеокассет и пр.

Продукты предприятий СКС также разделяются на основные и вторичные. К основному относится продукт, соответствующий профилю социально-культурной деятельности предприятия. В то же время, производя основной продукт, предприятие может производить вторичные продукты и получать доход от их производства. Под вторичным продуктом понимается видоизмененный основной продукт без разрушения его целостности и социально-культурной значимости.



Такие услуги, как организация буфетов, кафе, стоянок и т.п., не относятся ни к основному, ни к вторичному продуктам, т.к. являются непрофильными (т.е. это дополнительные услуги).

Вторичный продукт не является основной целью деятельности предприятия, а призван решать следующие задачи:

- увеличение доходов предприятия;
- увеличение числа каналов реализации основного продукта;
- повышение значимости, формирование имиджа предприятия;
- выполнение промоушн-акции (продвижение основного продукта на рынке).

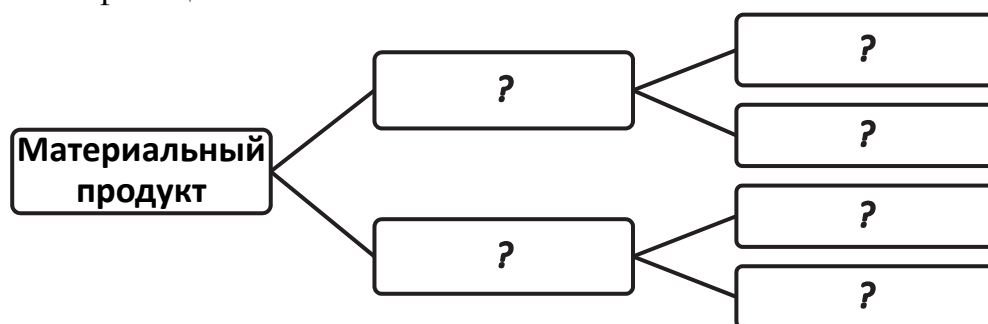
Основной продукт реализуется не только на месте его производства, но и за его пределами. Реализация продукта вне места его производства называется вторичным рынком. Вторичные рынки выполняют те же задачи, что и вторичные продукты.

### **Практические задания:**

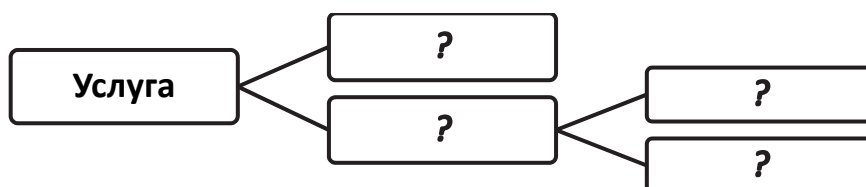
1. *Подготовьте доклад или выступление по одной из нижеприведенных тем:*

- Характер и особенности продукта СКС.
- Материальный продукт в СКС.
- Понятие и признаки услуги как продукта, специфика ее производства и реализации.
- Вторичный продукт и вторичные рынки в социокультурной сфере.

2. *Дайте определение материального продукта СКС и приведите его классификацию.*



3. *Дайте определение услуги как продукта СКС и приведите ее классификацию.*



4. Приведите понятие и признаки услуги как продукта и определите специфику производства и реализации услуги СКС.

5. Дайте определения вторичного продукта и вторичного рынка в СКС и определите их роль.

#### ТЕМА 4. Производственные ресурсы СКС

**Цель занятия:** сформировать понятие производственных ресурсов как факторов производства и особенностей их формирования в социально-культурной сфере.

##### **Методические рекомендации:**

Важно понимание значимости ресурсного обеспечения деятельности организаций СКС. В их составе различают материальные, трудовые и финансовые ресурсы.

Под материальными ресурсами понимается вся совокупность орудий и предметов труда, имеющих материальную форму и необходимых для достижения заданных целей деятельности. Состав материальных ресурсов предприятий СКС соответствует классическим представлениям, сложившимся в экономике: основные средства, материалы, малоценные и быстроизнашивающиеся предметы, нематериальные активы и пр. Однако наряду с ними социально-культурная сфера располагает памятниками истории, культуры и архитектуры, музейными предметами, которые являются уникальными и не могут быть экономически оценены.

Трудовые ресурсы в процессе производства в СКС играют значительно большую роль, чем в других отраслях экономики. И если в промышленных отраслях основным критерием оценки работника является количество затраченного времени на выполнении какой-либо производственной операции, то в СКС этот фактор (производительность труда) практически неважен. Главное, чтобы продукт его труда был уникальным, имел общественное признание и значимость.

Произведения писателей, художников, композиторов, труд актеров и т.д., представляющие собой оригинальные, единственные и неповторимые культурные продукты, оцениваются не по вложенным в них средствам и не

по количеству затраченного на них времени, а по их общественной значимости и полезности, по объему их общественного использования.

Финансовые ресурсы и право на их расходование позволяют предприятиям организовать свою деятельность – приобретать материальные ресурсы, нанимать и рассчитываться с работниками, платить по обязательствам другим организациям.

Основными источниками формирования ресурсов предприятий социально-культурной сферы являются:

- бюджетные и иные поступления от учредителей;
- доходы от платных форм деятельности;
- добровольные пожертвования и субсидии (спонсорская помощь);
- кредиты банков;
- прочие доходы и поступления.

Обратите внимание, что СКС – сфера, преимущественно, некоммерческой деятельности. Деньги в этой сфере появляются не на основе коммерции, а на основе привлечения средств, за счет вовлечения интересов самых различных сил и инстанций: органов власти, ведающих бюджетными средствами, спонсоров, благотворительных организаций и прочих доноров. При этом в развитых странах благотворительность и спонсорство являются основными источниками финансирования СКС, а в России и Казахстане в общем объеме финансирования СКС добровольные пожертвования составляют не более 1%. Основными причинами низкого уровня их развития являются:

1. Законодательство, не стимулирующее благотворительность.
2. Менталитет (неблагожелательное отношение к богатым, «стыдно просить», отказ в помощи – личное оскорбление и т.п.).
3. Непрофессионализм.

#### **Практические задания:**

1. *Подготовьте доклад или выступление по одной из нижеприведенных тем:*

- Понятие производственных ресурсов как факторов производства.
- Ресурсы предприятий и организаций СКС.
- Материальные и трудовые ресурсы, их специфика в СКС.
- Финансовые ресурсы организаций СКС и источники их формирования.
- Принципы и источники государственного финансирования СКС.
- Особенности формирования финансовых ресурсов в СКС.
- Добровольные пожертвования в СКС и проблемы их развития в России и Казахстане.

2. *Перечислите* основные производственные ресурсы организаций СКС и занесите в таблицу, приведите их характеристики.

№	Ресурс	Основные элементы ресурса
1		
...		

3. *Дайте определение* материальных ресурсов и определите их особенность в СКС.

Ресурс	Основная особенность
Материальный	?

4. *Дайте определение* трудовых ресурсов и определите их особенность в СКС.

Ресурс	Основная особенность
Трудовой	?

5. *Дайте определение* финансовых ресурсов и назовите основные их источники в СКС.

Ресурс	Основная особенность
Финансовый	?

6. *Охарактеризуйте принципы и источники* государственного финансирования СКС. *Запишите их в схему.*



7. *Назовите особенности* финансирования через фонд развития культуры и искусства.

8. *Сформулируйте* основные особенности формирования финансовых ресурсов в СКС.

9. *Перечислите* и охарактеризуйте основные проблемы развития благотворительности в России и Казахстане.

№	Проблема	Характеристика проблемы
1		
...		

## ТЕМА 5. Рынок и конкуренция в СКС

**План занятия:** уяснить понятия рынка и конкуренции, определить их формы и особенности в социально-культурной сфере.

### **Методические рекомендации:**

Обратите внимание, что в экономической науке рынок определяется как механизм, осуществляющий контакт между покупателями (предъявителями спроса) и продавцами определенного вида продукта (поставщиками товара или услуги).

В рыночном хозяйстве система рынков и цен играет роль основной организующей силы; конкуренция служит регулирующим механизмом.

Под конкуренцией понимается соперничество товаропроизводителей за лучшие, экономически более выгодные условия производства и реализации продукции, обеспечивающие получение максимальной выгоды. Основные формы конкуренции: монополия, олигополия, монополистическая конкуренция.

Проблемы взаимосвязи культуры и экономики сложны и многоплановы. В период эволюции человеческого общества характер взаимоотношений между культурой и экономикой претерпел множество изменений. Их укрупнено группируют на три этапа: докапиталистический, капиталистический и современный.

Особенности деятельности предприятий СКС, специфика производимых ими продуктов, а именно, их уникальность и неповторимость исключают возможность конкуренции между однородными (идентичными) продуктами. Поэтому конкуренция в социально-культурной сфере возникает между продуктами, обладающими свойствами взаимозаменяемости.

Отсутствие в СКС рынка однородных продуктов исключает также возможность ценовой конкуренции. Предприятия СКС соперничают на неценовых факторах.

Формирование спроса на товары и услуги социально-культурной сферы происходит под воздействием следующих факторов:

- потребительские вкусы;
- доходы потребителей;
- цены на сопряженные товары или услуги;
- число потребителей;
- потребительские ожидания.

Значительную роль при этом также играют:

- наличие и доступность информации;
- мода;
- эффективность маркетинговых мероприятий по продвижению социокультурных товаров и услуг;
- наличие свободного времени.

Развитию деятельности в СКС способствует закон Республики Казахстана «Об авторском праве и смежных правах», в котором определены понятия автор и объект авторского права.

Авторское право на произведение возникает в силу самого факта его создания. Для осуществления этого права не требуется регистрации произведения, специального оформления или соблюдения каких-либо формальностей. Достаточно на каждом экземпляре своего произведения поставить знак ©, имя обладателя авторских прав и года первого опубликования произведения.

### **Практические задания:**

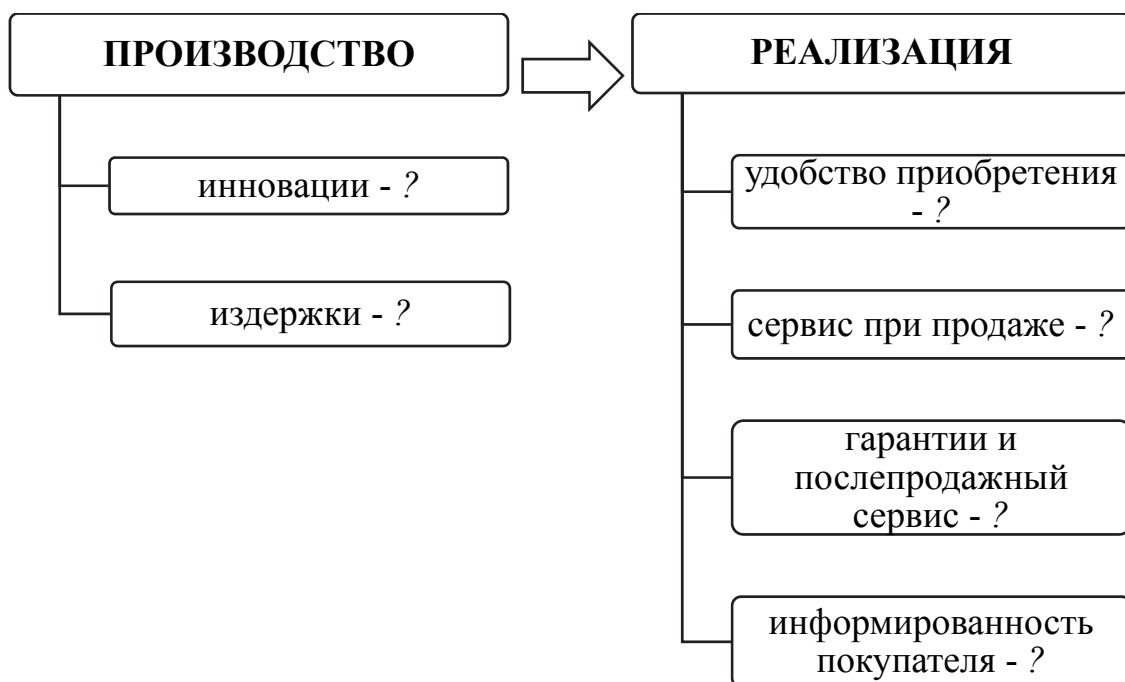
1. *Подготовьте доклад или выступление по одной из нижеприведенных тем:*

- Понятия рынка и конкуренции.
- Показатели определения формы конкуренции и их основные виды.
- Поведение фирмы в различных по формам конкуренции рынках.
- Взаимоотношения рынка и СКС в экономической теории.
- Характеристика и особенности рынка в СКС.
- Факторы спроса на продукты СКС.
- Воспроизводство условий и защита объектов творческой деятельности.

2. *Дайте определения рынка и конкуренции.*

3. *Назовите основные формы конкуренции на рынках и охарактеризуйте поведение производителя на них.*

4. *Выберите условное предприятие СКС и сформируйте ее конкурентные преимущества в соответствии с нижеприведенной схемой.*



5. Охарактеризуйте взаимоотношения экономики и социально-культурной деятельности в докапиталистическую и капиталистическую эпохи. Дайте современное понимание взаимоотношения рынка и СКС.

6. Перечислите и охарактеризуйте основные факторы, формирующие спрос на продукты СКС.

№	Фактор спроса	Характеристика фактора
1		
...		

7. Определите, что такое воспроизводство деятельности СКС и чем оно формируется.

8. Определите, что и как защищается авторским правом.

## ТЕМА 6. Ценообразование и планирование в СКС

**Цель занятия:** овладеть основами планирования и ценообразования на предприятии социально-культурной сферы.

### Методические рекомендации:

Обратите внимание на то, что цена - это форма выражения ценности благ, проявляющаяся в процессе их обмена. А ценообразование – это процесс формирования цены.

Основные социально-экономические факторы, определяющие формирование цен в СКС:

1) виды и уровень культурных потребностей социальных групп и общества;

2) платежеспособность потребителей;

3) общественная полезность и социальная значимость продукта СКС.

Ценообразование в рыночной экономике производится в зависимости от текущей цели деятельности предприятия. Основные цели - это: максимизация прибыли; возмещение издержек; максимизация охвата потребителей.

В зависимости от целей предприятия используются три подхода к ценообразованию:

1) ориентированное на затраты – издержки + плановая прибыль;

2) ориентированное на спрос, динамику его изменений;

3) ориентированное на успешную конкуренцию – цены выше или ниже конкурентов, демпинг.

Но формирование цены должно учитывать все влияющие факторы и производиться в следующей последовательности:

1. Постановка задачи ценообразования.

2. Определение спроса.

3. Оценка издержек.

4. Анализ цен и товаров конкурентов.

5. Установление цены.

Специфика деятельности в СКС обуславливает широкое использование ценовой дискриминации, установление самокупаемых и льготных цен.

Планирование – это постановка целей и способов их достижения. Планы, разрабатываемые и используемые в СКС, различаются в зависимости от содержания планируемой деятельности, уровня принятия плановых решений, степени директивности и сроков, на которые они рассчитаны.

Финансовое планирование – это процесс определения денежных потоков на перспективу, обеспечивающих доходность, платежеспособность и финансовую устойчивость предприятия, а в целом - максимизацию прибыли собственника.

Этапы финансового планирования - это: анализ финансовой ситуации; разработка общей финансовой стратегии фирмы; составление текущих финансовых планов; корректировка, увязка и конкретизация финансового плана; осуществление оперативного финансового планирования.

Если предприятия социально-культурной сферы не имеют собственных источников дохода и финансируются из бюджетов различных уровней, то их принято называть бюджетными, а порядок планирования - сметным. Сметное финансирование в его чистом виде имеет ограниченное применение, поскольку в основном предприятия используют смешанный



способ хозяйствования. Вследствие этого финансовое планирование также носит смешанный характер.

Особое место в планировании на предприятии занимает бизнес-планирование, сущность которого заключается в сопоставлении затрат и результатов предпринимательских проектов. Типичная структура бизнес-плана включает следующие основные разделы:

- резюме, в котором в сжатом виде описываются суть проекта, характеристики компаний, отрасли, продукта, конкуренции, рынков сбыта, персонала, финансовые результаты, определяется потребность в финансовых ресурсах (такая сжатая информация предназначена для потенциальных инвесторов и партнеров с целью побудить их к изучению других разделов бизнес-плана);
- характеристика сферы бизнеса и предприятий;
- описание товаров и услуг;
- рынок и маркетинг;
- производственная программа и мощность предприятия, ресурсы и технологии;
- организационная структура и накладные расходы;
- менеджмент и кадры;
- график осуществления проекта;
- финансовый план и оценка.

### **Практические задания:**

1. *Подготовьте доклад или выступление по одной из нижеприведенных тем:*

- Понятия рынка и конкуренции.
- Показатели определения формы конкуренции и их основные виды.
- Поведение фирмы в различных по формам конкуренции рынках.
- Взаимоотношения рынка и СКС в экономической теории.
- Характеристика и особенности рынка в СКС.
- Факторы спроса на продукты СКС.
- Воспроизводство условий и защита объектов творческой деятельности.

2. *Дайте определения цены и ценообразования и объясните зависимость ценообразования от целей деятельности организации СКС.*

3. *Определите, какие подходы используются в ценообразовании на продукты СКС.*

4. Выберите условное предприятие социально-культурной сферы и сформируйте основные статьи расходов его деятельности. Заполните нижеприведенную таблицу.

№	Статья расходов	Сумма, тенге
1	Заработная плата	?
...		
	<i>Итого:</i>	

5. Приведите последовательность (этапы) формирования цены и охарактеризуйте их.

6. Дайте определение ценовой дискриминации и приведите примеры ее использования.

7. Дайте определения «самоокупаемой цены» и «льготной цены» и установите их назначение в СКС.

8. Дайте определения планирования и плана, перечислите и охарактеризуйте функции планирования.

9. Перечислите основные виды планов и охарактеризуйте их.

10. Рассмотрите понятие и сущность бизнес-планирования, определите назначение бизнес-плана и кому он представляется.

11. Перечислите основные разделы бизнес-плана и охарактеризуйте их.

## **ТЕМА 7. Государственное регулирование деятельности СКС**

**Цель занятия:** сформировать представления о необходимости государственного регулирования социально-культурной деятельности и понимание его инструментов и моделей.

### **Методические рекомендации:**

Важно понимание целесообразности регулирования деятельности в социально-культурной сфере. Помнить, что роль государства в управлении

социально-культурной сферой предполагает использование ряда инструментов:

1. Собственность – создание и деятельность собственной сети предприятий культуры.

2. Администрирование – деятельность государственных органов управления.

3. Законодательство – создание правовых условий, норм, гарантий деятельности в СКС предприятий различных форм собственности и контроль исполнения действующего законодательства.

4. Стимулирование – налогообложение и прочие действия, побуждающие к поддержке и развитию СКС.

5. Информация – информационное обеспечение выработки решений, деятельности, анализа ее результатов.

Мировой опыт показывает, что возможны четыре основных роли государства по отношению к СКС:

1. «Помощник» - государство поддерживает и развивает разнообразие социокультурной деятельности. Источники финансирования разнообразные, в основном - спонсорство и благотворительность (США).

2. «Патрон» - государство поддерживает обеспечение стандартов профессиональной деятельности. Финансирование – через независимые профессиональные структуры (Фонды развития культуры, Советы искусств и др. в Великобритании).

3. «Архитектор» - помощь СКС является частью государственной программы повышения благосостояния общества. Поддержка выражается исключительно в долгосрочном прямом государственном финансировании. (Франция, Россия, Казахстан).

4. «Инженер» - государство монопольно владеет и распоряжается средствами СКС. Культурная политика направляется на поддержание государственной идеологии, соответствующей его политическим целям и стандартам (Соцстраны: СССР, КНДР и др.).

При оценке эффективности деятельности организаций СКС используется дифференцированный подход. Для коммерческих предприятий экономическая эффективность определяется, как и для предприятий других отраслей, – величиной прибыли. К экономическому эффекту относятся также обеспечение занятости населения, потребление материальных ресурсов на собственные средства (т.е. дает работу и доходы другим предприятиям), платежи в бюджет и др.

Для некоммерческих предприятий говорить о прямом экономическом эффекте не приходится. Как правило, экономически деятельность таких предприятий убыточна или, в лучшем случае, самокупаемая. Для них главное - содержательный аспект деятельности (знания, чувства), т.е. формирование гармонично (всесторонне) развитого человека, формирование позитивного социального поведения. Культура воздействует на основные сферы жизнедеятельности человека: труд, досуг,

семейные отношения. Здесь речь идет о социальном эффекте деятельности предприятий СКС. Экономический эффект такой деятельности проявляется в воспроизводстве трудовых ресурсов, повышении производительности труда.

### **Практические задания:**

1. *Подготовьте доклад или выступление по одной из нижеприведенных тем:*

- Социально-экономическое обоснование государственного регулирования экономической деятельности организаций СКС.
- Основные инструменты государственного регулирования СКС.
- Формы и модели государственного регулирования СКС.
- Проблемы определения эффективности в СКС.
- Понятие и показатели экономической и социальной эффективности в СКС.

2. *Обоснуйте необходимость государственного регулирования социально-культурной сферы.*

3. *Перечислите и охарактеризуйте основные инструменты государственного регулирования СКС.*

<b>№</b>	<b>Инструмент</b>	<b>Характеристика действия инструмента</b>
1		
...		

4. *Проведите сравнительную оценку направлений и источников финансирования СКС по моделям «Помощник», «Патрон», «Архитектор» и «Инженер», записав данные в нижеприведенную таблицу.*

<b>Модель финансирования</b>	<b>Направление финансирования</b>	<b>Источники финансирования</b>
Помощник		
Патрон		
Архитектор		
Инженер		

5. *Обоснуйте проблемы* определения эффективности социокультурной деятельности. Выделите особенности определения эффективности деятельности коммерческих и некоммерческих организаций СКС.

## **ТЕМА 8. Организационно-экономические основы ведения бизнеса в СКС**

**Цель занятия:** познакомиться с организационно-экономическими основами деятельности туристских организаций, гостиниц и рекламных агентств.

### **Методические рекомендации:**

Согласно определению Всемирной туристской организации туризм представляет собой путешествие в свободное время, один из видов активного отдыха. Современный туризм классифицируется по следующим признакам: по цели тура, по географии, по сезонности, по продолжительности, по видам транспорта, по числу участников.

Факторы спроса на туристские услуги: политическая и экономическая стабильность; экология; безопасность; бюджет семьи; мода; региональное и профессиональное разделение труда; культурный уровень туристов; урбанизация.

Факторы предложения на туристские услуги:

1. Климатические, ландшафтные и другие ресурсы, которые являются естественным благом (водопады, пещеры, морские и речные пляжи, горы и т.д.). Доступность и экскурсионная значимость этих объектов – необходимое условие использования их как туристских ресурсов.

2. Архитектурные и исторические памятники, то есть ресурсы, которые являются результатом труда человека.

3. Инфраструктура туризма, в которую входят дороги, транспорт, отели, рестораны, кафе и прочие предприятия, призванные обслуживать туристов.

Туристские предприятия делятся на туроператоров (производят туристскую услугу) и турагентов (продают туристскую услугу).

Туристский продукт создается в следующей последовательности: формирование тура; калькуляция тура; экспериментальное внедрение; реклама и презентация тура; продажа тура.

Одним из важнейших звеньев туризма является обеспечение различными средствами размещения. Важную роль в развитии гостиничной индустрии, стандартизации обслуживания играют гостиничные цепи – это объединение нескольких гостиниц для выработки

единой политики и общих условий соглашений с оптовыми туроператорами.

Все гостиницы подразделяются на разряды в зависимости от размеров и видов жилых и служебных помещений, оборудования предприятия, уровня комфортности номеров и общественных помещений, предоставляемых услуг и других факторов.

Реклама как необходимая составляющая рынка рассматривается: как инструмент продвижения товара на рынке, как социокультурное явление, как вид творческой деятельности.

По составу предоставляемых услуг принято различать универсальные и специализированные агентства; по видам деятельности - рекламные агентства, создающие рекламу, и агентства ее размещающие; по типу производимой рекламы – наружной, компьютерной, текстовой и т.д.

### **Практические задания:**

1. *Подготовьте доклад или выступление по одной из нижеприведенных тем:*

- Понятие и виды туризма.
- Социально-экономические факторы развития туризма.
- Производство и реализация туристской услуги.
- Виды средств размещения.
- Категорийность (разрядность) гостиниц.
- Производство и реализация гостиничных услуг.
- Понятие и функции рекламы.
- Сравнительные характеристики внутрифирменных рекламных служб и рекламных предприятий.
- Организация рекламной компании и виды рекламных агентств.
- Основные проблемы рекламной деятельности в Казахстане.

2. *Перечислите и охарактеризуйте виды туризма.*

3. *Перечислите и охарактеризуйте факторы спроса на туристские услуги.*

<b>№</b>	<b>Фактор</b>	<b>Характеристика влияния</b>
1		
...		

4. *Перечислите и охарактеризуйте факторы предложения туристских услуг.*

<b>№</b>	<b>Фактор</b>	<b>Характеристика влияния</b>
1		
...		

5. Назовите и охарактеризуйте основные этапы производства и реализации туристских услуг.

№	Этап	Характеристика этапа
1		
...		

6. Перечислите и дайте характеристику основных видов средств размещения.

№	Вид средства размещения	Характеристика средства размещения
1		
...		

7. Перечислите основные критерии установления разрядности гостиниц и причины существования множественности систем категорийности гостиниц.

8. Опишите производство и реализацию гостиничных услуг.

9. Дайте определение, наиболее полно отражающее сущность рекламы.

10. Проведите сравнение эффективности внутрифирменных рекламных служб и рекламных предприятий.

№	Преимущества	Недостатки
	<i>Внутрифирменная рекламная служба</i>	
1		
...		
	<i>Специализированное рекламное агентство</i>	
1		
...		

11. Перечислите и охарактеризуйте основные этапы организации и проведения рекламной компании.

№	Этап	Характеристика этапа
1		
...		

12. Опишите основные виды рекламных агентств.

13. Обоснуйте основные проблемы рекламной деятельности в Казахстане.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

### Основная литература

1. Морозова Е.Я., Тихонова Э.Д. Экономика и организация предприятий социально-культурной сферы: Учебное пособие. СПб.: Изд-во Михайлова, 2015.
2. Помпеев Ю.К. Экономика социально-культурной сферы: Учебное пособие. СПб., 2015.

### Дополнительная литература

1. Шишкин С.В. Экономика социальной сферы. Учебник: //URL: <http://gur.kz/> - Образовательный портал – Студентам – Электронная библиотека – Электронная учебная литература - Экономические дисциплины – Экономика социальной сферы.
2. Баскакова О.В. Экономика предприятия (организации). Учебник: //URL: <http://gur.kz/> - Образовательный портал – Студентам – Электронная библиотека – Электронная учебная литература - Экономические дисциплины – Экономика предприятия.
3. Котанс А.Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма: учебное пособие. — М.: ФЛИНТА, 2014. //URL: <http://e.lanbook.com>.
4. Темный Ю.В. Экономика туризма. Учебник. — М.: Финансы и статистика, 2014. //URL: <http://e.lanbook.com>.

*Подписано в печать 10.01.2017 г. Тираж 500 экз.  
Формат изд. 60x84/16. Объем 3 усл. печ. л.  
Отпечатано в типографии “ИП Волков А.И.”  
Райымбека 212/1, оф. 104. Тел.: 330-03-12, 330-03-13*