

6. Музей // Толковый словарь русского языка : в 4 т. / Под ред. Д.Н. Ушакова. – Москва : Гос. ин-т «Сов. энцикл.» ; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935-1940. – Т. 2 : Л – / Сост. В.В. Виноградов [и др.]; под ред. Д.Н. Ушакова. – 1938. – 1040 с.
7. Словарь актуальных музейных терминов / М.Е. Каулен [и др.] // Музей. – 2009. – № 5. – С. 47–68.
8. Устав Международного совета музеев (ИКОМ) / ИКОМ России [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://icom-russia.com/upload/>. – Дата доступа : 25.02.16.
9. Что такое музей? Краткий экскурс // FB.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://fb.ru/article/142184/chto-takoe-muzei-kratkiy-ekskurs>. – Дата доступа : 25.02.16.
10. Юренева, Т.Ю. Музей в истории мировой культуры: генезис и эволюция : дис. ... д-ра ист. наук : 24.00.01 / Т.Ю. Юренева ; Российск. ин-т культурологи. – Москва, 2004. – 492 с.

Джулай А.П., студ. 102 а гр.

Научный руководитель – Сапотько П.М.

КУЛЬТУРА И БИЗНЕС: ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ПРАКТИКИ ПАРТНЕРСТВА

Современные условия существования сферы культуры требуют включение в рамки своей финансовой деятельности бизнес, реализуя на практике концепцию социальной ответственности бизнеса, выраженные в формах спонсорства и меценатства.

Социальную ответственность бизнеса в первую очередь необходимо рассматривать как фактор увеличения некоммерческой прибыли компании, прироста репутационного и иного нематериального капитала, механизма урегулирования интересов в рамках модели «бизнес-общество-власть».

В настоящее время бизнес начал осознавать, что вне общества он не может существовать, а значит, обязан реагировать на его потребности не только созданием качественного продукта, но и через дополнительные мероприятия, которые не являются прямой обязанностью коммерческого предприятия. Безусловно, бизнес придерживается рыночного подхода: стремление к прибыли, максимизация полезности, рациональный выбор. Однако бизнесу небезразлично и общество, поскольку оно создало этот бизнес и позволяет ему существовать и развиваться. Именно поэтому и бизнес должен стремиться учитывать интересы и ожидания заинтересованных лиц (членов общества). В этом и должна заключаться основная цель корпоративной социальной ответственности.

Реализация политики социальной ответственности бизнеса включает инвестиции, в том числе и в культуру. Тем самым предприятия оказывают влияние и контролируют не только сам производственный процесс, но и упорядочивают внешнюю среду, в которой они функционируют.

Примеры социальной ответственности бизнеса в Беларуси далеко не единичны. Такая направленность отечественного бизнеса формирует фундамент устойчивого социального развития, повышает инвестиционную привлекательность и имидж Беларуси на международной арене.

Важным является многолетнее плодотворное сотрудничество Национального художественного музея и компании «Бритиш Американ Табако», которое позволило привлечь значительные финансовые средства для организации международных выставочных проектов «Шедевры Третьяковской галереи», «Православная икона России, Украины,

Беларуси», «Пленники красоты» и др. При финансовой поддержке этой же компании Национальной библиотекой Беларуси был подготовлен представительный альбом «Раритеты Национальной библиотеки Беларуси», тиражированный диск «Слуцкое Евангелие: белорусская рукопись XVI века», прошла акция «Раритетные издания – белорусской сокровищнице», в рамках которой в дар библиотеке было передано 26 уникальных старопечатных книг, белорусских периодических изданий и карт.

С Национальным историческим музеем активно сотрудничает и Белвнешэкономбанк, который финансово поспособствовал осуществлению нескольких важных проектов: приобретены уникальные артефакты – серебряная монета и карта Великого Княжества Литовского конца XVI–XVII вв., комплект старопечатных книг XVII–XVIII вв. из библиотеки Будславского бернардинского монастыря. Тот же банк является также генеральным партнером фольк-фестиваля «Каменецкая вежа», который уже в течение нескольких лет проводится на территории Белорусского государственного музея народной архитектуры и быта.

Показательным примером является плодотворное сотрудничество симфонического оркестра Молодечненского государственного музыкального колледжа им М.К. Огинского и частной фирмы «ЭНЭФ»: создан совместный попечительский совет, в соответствии с подписанным соглашением фирма выделяет ежегодно оркестру финансовые средства на рекламную-информационную деятельность, транспорт, пошив сценических костюмов, постановку концертных номеров и др.

Наиболее острый и актуальный вопрос, который ограничивает развитие спонсорства и благотворительности в Республике Беларусь сегодня, это отсутствие законодательной базы. Эта тема постоянно поднимается в средствах массовой информации, с инициативами и

обсуждениями выступают представители деловых и общественных кругов, но, тем не менее, на фоне подобного общественного резонанса благотворительная деятельность в нашей стране до сих пор продолжает осуществляться стихийно, без опоры на конкретный законодательный регулятор.

На сегодняшний момент в Беларуси отсутствует законодательство о благотворительной деятельности, нет системного, комплексного подхода к регулированию различных видов благотворительности: спонсорская помощь, дарение, пожертвование, волонтерская деятельность и т.д. Это создает серьезный законодательный барьер для осуществления в стране благотворительности. Отсутствие законодательства о благотворительности лишает государство, общество и граждан важного источника социальной поддержки. Вместе с тем, благотворительная деятельность является важным инструментом реализации государственной социальной политики, способствует повышению уровня жизни, социальной стабильности в государстве.

В программном документе «Национальная платформа бизнеса Беларуси» отдельным положением предусмотрено «введение нормы льготирования по налогу на прибыль для тех предпринимателей и организаций, которые оказывают спонсорскую помощь неправительственным, некоммерческим и общественным организациям, детским домам, объектам культуры и искусства, спорта, религиозным общинам, официально зарегистрированным в Республике Беларусь» [2].

В статье 43 Налогового Кодекса РБ сказано, что «налоговыми льготами признаются предоставляемые отдельным категориям плательщиков ... преимущества по сравнению с другими плательщиками, включая возможность не уплачивать налог, сбор (пошлину) либо уплачивать их в меньшем размере» [1].

В нашей стране налоговые льготы устанавливаются в виде освобождения от налога, сбора (пошлины), дополнительных по отношению к учитываемым при определении (исчислении) налоговой базы для всех плательщиков налоговых вычетов и (или) скидок, уменьшающих налоговую базу либо сумму налога, сбора (пошлины), пониженных по сравнению с обычными налоговых ставок, возмещение суммы уплаченного налога, сбора (пошлины) и т.д.

Вместе с тем, 3 сентября 2010 г. принят Указ Президента Республики Беларусь № 457 «О поддержке отдельных организаций культуры и внесении изменения», который освобождает организации культуры от налога на прибыль и предоставляет им право направлять доходы, оставшиеся после покрытия расходов на их деятельность и осуществления обязательных платежей в бюджет, в собственные фонды накопления и потребления [3]. 1 июля 2005 г. подписан Указ Президента Республики Беларусь № 300 «О предоставлении и использовании безвозмездной (спонсорской) помощи», направленный на расширение возможностей предоставления и использования безвозмездной (спонсорской) помощи в сфере культуры [5]. Данным нормативным правовым актом расширен перечень целей деятельности в сфере культуры и искусства, для реализации которых может предоставляться эта помощь. Теперь спонсорские средства можно будет направлять на развитие изобразительного, декоративно-прикладного, монументального, музыкального, театрального, хореографического, эстрадного, циркового и иных видов искусства (включая создание новых произведений, подготовку концертных программ, постановку спектаклей, проведение выставок). В указе также закреплена возможность предоставления спонсорской помощи на проведение олимпиад, конкурсов, фестивалей, смотров, соревнований, иных мероприятий, организуемых по решению республиканских органов

государственного управления. Указ призван увеличить приток внебюджетных средств и активизировать рыночные механизмы в системе отечественной культуры.

Таким образом, для создания эффективной правовой основы меценатства необходимо, в первую очередь, создать нормальные условия для того, чтобы деловые круги были заинтересованы в оказании меценатской и благотворительной помощи. А бизнесу, в свою очередь, необходимо осознавать, что патронат культуры со стороны частного сектора полезен не только для общества, но и для самого бизнеса, демонстрирующего таким образом свою социальную ответственность.

1. Налоговый кодекс Республики Беларусь, 29 декабря 2009 г., № 71-3 // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.

2. Национальная платформа бизнеса Беларуси // Республиканская конфедерация предпринимательства [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа : <http://rce.by/all-news/5134>. – Дата доступа : 18.03.2016.

3. О поддержке отдельных организаций культуры и внесении изменения в Указ Президента Республики Беларусь от 28 декабря 1999 г. № 770: Указ Президента Республики Беларусь, 3 сентября 2010 г., № 457 // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.

4. О предоставлении и использовании безвозмездной (спонсорской) помощи: Указ Президента Республики Беларусь, 1 июля 2005 г., № 300 // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2016.