

BARTŁOMIEJ GABRIEL

Uniwersytet Gdański

PRZYCHODY ZE ŹRÓDEŁ PRYWATNYCH W STRUKTURZE PRZYCHODÓW FILHARMONII

Streszczenie

Artykuł koncentruje się wokół zagadnień związanych z przychodami w szczególnego rodzaju podmiotach, jakimi są filharmonie. Jako instytucje kultury są finansowane głównie z budżetów samorządowych, jednak pożądanym i przewidzianym od pewnego czasu w strategiach rządowych trendem jest stopniowe zwiększanie roli podmiotów prywatnych jako źródła ich przychodów. Autor stara się naświetlić uwarunkowania tego procesu oraz upewnić się co do jego faktycznego istnienia i ewentualnego stanu zaawansowania na podstawie analizy wybranych filharmonii w Polsce.

Słowa kluczowe: przychody, filharmonia, instytucja kultury, instytucja artystyczna

Wprowadzenie

Począwszy od okresu przemian ustrojowych po roku 1989, można zaobserwować realizację szeroko zakrojonych zmian w sposobie finansowania kultury w Polsce. Wiąże się to ze stopniowym zmniejszaniem udziału państwa jako mecenasu działalności kulturalnej oraz ograniczaniem roli Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego w sterowaniu tą sferą aktywności społecznej jedynie do nielicznych instytucji o znaczeniu ogólnokrajowym. Pociągnęło to za sobą, podobnie jak w wielu innych dziedzinach, zdecentralizowanie realizacji zadań kultury, a tym samym przesunięcie jej finansowania w dużym zakresie na poziom samorządowy. Za docelowy model finansowania kultury przyjęto przy tym ideę łączenia środków

publicznych z prywatnymi. Dodatkową motywacją dla potencjalnych sponsorów i darczyńców kultury miałyby być przy tym system ulg i zachęt podatkowych¹. Niniejszy artykuł ma przybliżyć sytuację w zakresie finansowania specyficznej grupy instytucji kultury, jakimi są filharmonie, z naciskiem na uczestnictwo w tym procesie podmiotów prywatnych. Cel ten zostanie osiągnięty przy pomocy omówienia ustawodawstwa, dokumentów rządowych, wybranych krajowych danych statystycznych oraz porównawczej analizy struktury przychodów wybranych filharmonii polskich w okresie pięciu lat (2006–2010). Przywołane zostaną przy tym przykłady niektórych działań badanych filharmonii dla pozyskania tych przychodów.

1. Możliwości, korzyści, uwarunkowania

Od dłuższego czasu na terenie Polski działają 22 filharmonie², są częścią sektora finansów publicznych³ i – jako instytucje kultury samorządów wojewódzkich – finansowane z ich budżetu w ramach zadań własnych o charakterze obowiązkowym⁴ (wyjątek stanowi Filharmonia Narodowa, która jest państwową, a nie samorządową instytucją kultury). Filharmonie należą jednocześnie do specyficznej grupy instytucji kultury – instytucji artystycznych – funkcjonują na zasadzie sezonów artystycznych, ustalając odrębne plany repertuarowe na każdy z nich⁵. Wydając środki oraz gospodarując mieniem, filharmonia jest obowiązana czynić to samodzielnie i przy zachowaniu zasad efektywności ich wykorzystania⁶. Jednocześnie pokrywa koszty bieżącej działalności oraz zobowiązania z przychodów pochodzących m.in. z wpływów z podstawowej działalności, najmu i dzierżawy majątku, dotacji z budżetów, środków otrzymanych od osób fizycznych i prawnych oraz z innych źródeł⁷. Uzupełnienie Narodowej Strategii Rozwoju Kultury

¹ D. Ilczuk, W. Misiąg, *Finansowanie i organizacja kultury w gospodarce rynkowej*, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Warszawa 2003, s. 50.

² Zob. np. *Kultura w 2009 r. Informacje i opracowania statystyczne*, GUS, Warszawa 2010.

³ Ustawa z 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych, DzU 2009, nr 157, poz. 1240, z późn. zm., art. 9 ust. 13; Ustawa z 25 października 1991 r. o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej, DzU 2001, nr 13, poz. 123, z późn. zm., art. 2.

⁴ Ustawa z 25 października 1991 r. o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej, DzU 2001, nr 13, poz. 123, z późn. zm., art. 1 ust. 4, art. 9, art. 12.

⁵ Ustawa z 31 sierpnia 2011 r. o zmianie ustawy o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej oraz niektórych innych ustaw, DzU 2011, nr 207, poz. 1230, art. 1 ust. 8 i ust. 9.

⁶ Ustawa z 25 października 1991 r. o organizowaniu i prowadzeniu..., art. 27 ust. 1

⁷ Tamże, art. 28 ust. 1 i 2.

na lata 2004–2020 zakłada również współfinansowanie kultury przez podmioty prywatne, a także motywowanie ich do tego – poprzez narzędzia polityki podatkowej (ulgi i zwolnienia)⁸. Stosowanie takiego schematu działania przez filharmonie w szerszym zakresie byłoby korzystne dla budżetów – pozwoliłoby przenosić ciężar części wydatków na działalność kulturalną na podmioty prywatne. Można założyć, że środki są efektywniej alokowane ze względu na to, że podmiot finansujący dane wydarzenie kulturalne dokładniej sprawdza instytucję kultury, która – pragnąc otrzymać takie wsparcie również w przyszłości – wydaje je z większą rozważą. Ryzyko wywierania niekorzystnego wpływu na poziom merytoryczny repertuaru przy relatywnie dużym udziale prywatnych źródeł finansowania instytucji kultury wydaje się w przypadku filharmonii relatywnie niewielkie – sponsorzy skłonni są dofinansowywać występy artystów o znanych nazwiskach, co najczęściej idzie w parze z wysokim poziomem ich występów.

Dodatkową zaletą takiego współfinansowania byłaby możliwość przeznaczenia przez filharmonie jeszcze większych środków na działania edukacyjne wśród dzieci i młodzieży, a w tej dziedzinie już obecnie daje się zauważyć zwiększoną aktywność. Od roku 2008 do 2010 liczba koncertów dla młodych słuchaczy (tzw. szkolnych audycji muzycznych) zorganizowanych przez polskie filharmonie wzrosła z około 9,9 tys. do około 10,3 tys.⁹

Oprócz powyższych korzyści udział podmiotów prywatnych w finansowaniu koncertów może spowodować obniżenie ceny biletów, co w obecnych czasach jest sprawą niebagatelną, mogącą mieć istotny wpływ na podjęcie przez potencjalnego słuchacza decyzji o udziale w danej imprezie, przyczyniając się tym samym do zwiększenia dostępności kultury wyższej dla przeciętnego odbiorcy.¹⁰ Na ten aspekt dotyczący działalności kulturalnej w Polsce zwrócono uwagę już w Narodowej Strategii Rozwoju Kultury (NSRK) na lata 2004–2013, w której stwierdzono, że ekonomiczna dostępność kultury jest ważnym czynnikiem warunkującym uczestnictwo w niej społeczeństwa. Pochodzi nie z kultury samej w sobie, a kreuje ją rzeczywistość ekonomiczna, która jest otoczeniem rynkowym tej kultury. W NSRK stwierdza się: „od tego czynnika zależy, czy odbiorca będzie

⁸ *Uzupełnienie Narodowej Strategii Rozwoju Kultury na lata 2004–2020*, Ministerstwo Kultury, Warszawa 2005, s. 76.

⁹ *Działalność instytucji kultury w Polsce w 2009 r.*, GUS, Warszawa 2010; *Działalność instytucji kultury w Polsce w 2010 r.*, GUS, Warszawa 2011.

¹⁰ Konieczność postępowania w kierunku minimalizowania kosztów ponoszonych przez odbiorców na uczestniczenie w kulturze akcentuje m.in. Borowiecki, zob. R. Borowiecki, *Perspektywy rozwoju sektora kultury w Polsce*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2004, s. 53.

niał możliwość kontaktu z dziełem, gdyż każdy akt jego recepcji podporządkowany jest w mniejszym lub większym stopniu ograniczeniom natury ekonomicznej. Znaczenie tego czynnika jest konsekwencją faktu, że określone, wybrane przez odbiorcę formy aktywności kulturalnej mogą być realizowane jedynie wtedy, gdy znajdują się środki finansowe, które czynią te działania możliwymi¹¹. Wśród środków zwiększających dostępność ekonomiczną kultury w strategii wymieniono m.in. upowszechnienie partnerstwa publiczno-prywatnego w przedsięwzięciach kulturalnych oraz stymulowanie aktywności kulturalnej przez wprowadzanie zmian w prawie podatkowym¹². Jest to tym istotniejsze, że na poważne problemy w sferze dostępności ekonomicznej do kultury wskazują wyniki badań przeprowadzonych przez ankieterów Głównego Urzędu Statystycznego – za ich pomocą Polskie Towarzystwo Statystyczne realizuje systematycznie od 2000 roku projekt Rady Monitoringu Społecznego pod nazwą *Diagnoza Społeczna. Warunki i jakość życia Polaków*¹³. Można się z niego dowiedzieć, że stale zmniejsza się odsetek gospodarstw domowych, których członkowie byli zmuszeni ze względów finansowych zrezygnować w ciągu ostatniego roku z pójścia do teatru, opery, operetki, filharmonii, na koncert (w roku 2005 było to 38,14%, w 2007 – 34,24%, a w 2009 – 29,70%)¹⁴, lecz wciąż jest to bez mała jedna trzecia gospodarstw. Także sama skala wydatków na tę część życia kulturalnego nie jest imponująca – w kategorii „kina, teatry, koncerty” (takie grupowanie stosuje GUS) przeciętne wydatki na jednego mieszkańca Polski wyniosły w 2009 roku 1,58 zł¹⁵, czyli bardzo niewiele. W dodatku można przypuszczać, że większość z tej kwoty to nie wydatek na zakup biletu do filharmonii, a raczej na seans kinowy (w 2009 roku obecność w kinie chociaż raz w roku deklarowało 39,6% mieszkańców Polski, a filharmonię odwiedziło w tym samym czasie chociaż raz zaledwie 4%¹⁶).

¹¹ *Narodowa Strategia Rozwoju Kultury na lata 2004–2013*, Ministerstwo Kultury, Warszawa 2004, s. 12.

¹² Tamże, s. 13.

¹³ Więcej szczegółów projektu na www.diagnoza.com

¹⁴ *Diagnoza Społeczna 2005. Warunki i jakość życia Polaków*, Rada Monitoringu Społecznego, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Warszawie, Warszawa 2005, załącznik 1, s. 126; *Diagnoza Społeczna 2007. Warunki i jakość życia Polaków*, Rada Monitoringu Społecznego, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Warszawie, Warszawa 2007, załącznik 1, s. 83; *Diagnoza Społeczna 2009. Warunki i jakość życia Polaków*, Rada Monitoringu Społecznego, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Warszawie, Warszawa 2009, załącznik 1, s. 52.

¹⁵ *Kultura w 2009 r...*, załącznik 1.2, tabl. 7.

¹⁶ Tamże, s. 121 i s. 135.

2. Stan faktyczny w wybranych filharmoniach w latach 2006–2010

Ponieważ niniejsze opracowanie skupia się głównie na zagadnieniach związanych z przychodami filharmonii z prywatnych źródeł oraz możliwością ich pozyskania, skoncentrowano się na filharmonii lokalnej (z punktu widzenia autora) oraz – dla porównania – na dwóch podobnych pod względem rocznej liczby słuchaczy w stałej sali. W efekcie wybrano Polską Filharmonię Bałtycką im. Fryderyka Chopina w Gdańsku (PFB), Filharmonię im. Witolda Lutosławskiego we Wrocławiu (FiWL) oraz Filharmonię Śląską w Katowicach (FŚ) (wszystkie po około 100 tys. słuchaczy w 2009 roku)¹⁷. Cecha ta sytuuje wszystkie filharmonie w grupie podobnie atrakcyjnych dla reklamodawców (sponsorów, darczyńców) – można założyć, że liczebność grupy odbiorców przekazu o takim dofinansowaniu w dużej mierze pokrywa się z liczbą uczestników koncertów, które się w tych instytucjach odbywają. Daje się również zauważyć podobieństwo pod względem kwot przychodów ze sprzedaży ogółem w poszczególnych filharmoniach. Kształtowanie się tych kwot na przestrzeni badanych lat przedstawiono w tabeli 1.

Tabela 1

Przychody ze sprzedaży ogółem w latach 2006–2010 (zł)

	2006	2007	2008	2009	2010
PFB w Gdańsku	7 647 173,35	8 179 869,71	9 667 985,87	12 584 606,87	14 824 802,36
FiWL we Wrocławiu	8 569 724,0	8 335 886,00	11 215 812,00	9 975 047,83	11 119 403,32
FŚ w Katowicach	9 568 655,12	10 858 970,82	11 792 219,92	13 089 386,88	13 408 966,00

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z filharmonii.

Zdecydowanie najlepiej wyglądała sytuacja w gdańskiej PFB w roku 2010, kiedy przychody wyniosły bez mała 15 mln zł, natomiast ta sama PFB wypracowała najniższą kwotę przychodów w całym zestawieniu – miało to miejsce w 2006 roku, nie była to jednak wartość drastycznie odbiegająca od osiągniętych wtedy przez pozostałe filharmonie. Poza wartością kwot przychodów, również w zakresie ich trendu podczas pięciu obserwowanych lat można zauważyć podobieństwo – pozostaje on wzrostowy we wszystkich filharmoniach (z lekkim załamaniem w 2007 oraz w 2009 jedynie w FiWL).

¹⁷ Tamże, załącznik 7, tabl. 11.

Działalność filharmonii jako instytucji kultury charakteryzuje się od strony jej przychodów – co zostało zaznaczone już powyżej – pewną specyfiką. W odróżnieniu od typowego przedsiębiorstwa przychody z głównej części jej działalności nie stanowią znaczącej pod względem wartości pozycji przychodów ogółem. Widać to chociażby po kwotach przychodów ze sprzedaży koncertów, które zostały zamieszczone w tabeli 2. Działalność koncertowa przysporzyła najwięcej przychodów FiWL w roku 2010, najmniejsza ze wszystkich była wartość osiągnięta przez FŚ w roku 2009. W przypadku koncertów już nieco trudniej jest wskazać na jednoznaczną poprawę przychodów z roku na rok w tak krótkim okresie – sezony koncertowe bywają raz mniej, raz bardziej udane i w dużej mierze zależy to od doboru repertuaru oraz występujących gwiazd. Symptomatyczny wydaje się jedyny przypadek jednoczesnego zmniejszenia się przychodów z koncertów w roku 2009 – być może i tu zaznaczył się wpływ globalnego kryzysu.

Tabeli 2

Przychody ze sprzedaży koncertów (tys. zł) oraz ich procentowy udział w całości przychodów w latach 2006–2010

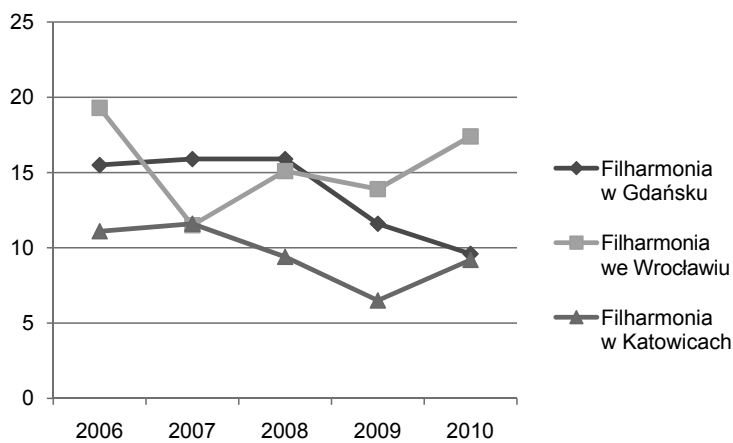
	2006		2007		2008		2009		2010	
	wartość	udział	wartość	udział	wartość	udział	wartość	udział	wartość	udział
PFB	1 182,06	15,5	1 297,28	15,9	1 536,73	15,9	1 458,22	11,6	1 428,58	9,6
FiWL	1 658,06	19,3	956,93	11,5	1 695,18	15,1	1 382,05	13,9	1 930,28	17,4
FŚ	1 062,43	11,1	1 263,63	11,6	1 105,72	9,4	851,34	6,5	1 231,11	9,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z filharmonii.

Również jako udział w przychodach ogółem przychody z tej – najbardziej przecież podstawowej w przypadku filharmonii – działalności nie przedstawiają się imponująco. Zobrazowano to na rysunku 1.

Udział przychodów z koncertów w całości przychodów w badanym okresie kształtował się na poziomie od 6,5% (filharmonia w Katowicach w 2009) do ponad 19% (filharmonia we Wrocławiu w 2006). Potwierdza to wcześniejszą tezę o zdecydowanie mniejszej istotności przychodów z podstawowej działalności w filharmoniach niż w typowych podmiotach gospodarczych. PFB po roku 2006, gdy była na drugim miejscu, utrzymywała pozycję lidera w tej kategorii przez następne dwa lata, a w kolejnych dwóch latach uplasowała się na drugim miejscu – w ostatnim roku zbliżając się niebezpiecznie do miejsca trzeciego. FŚ jedynie w 2007 roku przekroczyła analogiczny udział w FiWL o 0,1%, natomiast w roku 2006 oraz

2008–2010 odnotowała niższy udział przychodu ze sprzedaży biletów od pozostałych filharmonii (w roku 2006 oraz w latach 2008–2009 zdecydowanie niższy). FiWL odnotowywała największe udziały aż przez trzy lata z pięciu objętych badaniem (w tym w dwóch ostatnich) – w tym świetle, ofertę repertuarową właśnie tej filharmonii należy ocenić jako najlepszą pod względem efektów finansowych.



Rysunek 1. Przychody ze sprzedaży koncertów jako procent przychodów ogółem w latach 2006–2010

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z filharmonii.

Filharmonie mające nowoczesną i rozbudowaną bazę lokalową mogą generować również pokaźne przychody z wynajmu sal oraz innych obiektów (zaliczane są, podobnie jak koncerty, do przychodów własnych). Kwoty osiągnięte z tego tytułu przez analizowane filharmonie znajdują odzwierciedlenie w tabeli 3.

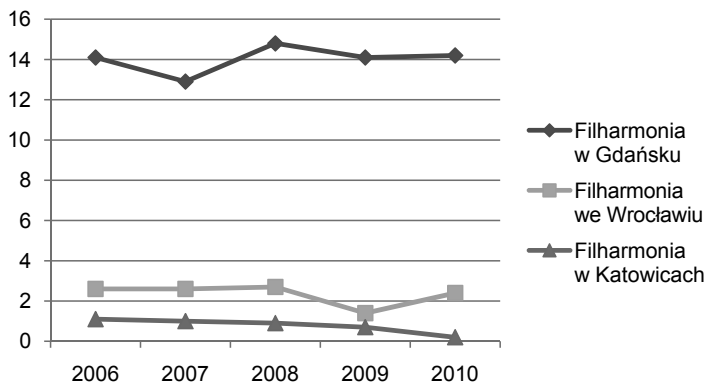
Tabela 3

Przychody z wynajmu sal i innych obiektów (tys. zł) oraz ich procentowy udział w całości przychodów w latach 2006–2010

	2006		2007		2008		2009		2010	
	wartość	udział	wartość	udział	wartość	udział	wartość	udział	wartość	udział
PFB	1 079,46	14,1	1 055,67	12,9	1 431,34	14,8	1 773,28	14,1	2 099,12	14,2
FiWL	224,42	2,6	219,50	2,6	308,16	2,7	141,16	1,4	270,50	2,4
FŚ	102,66	1,1	104,50	1,0	100,32	0,9	92,45	0,7	28,21	0,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z filharmonii.

Jak widać, jest to pierwsza kategoria przychodów, w której dało się zaobserwować znaczące różnice kwotowe pomiędzy poszczególnymi filharmoniami. Zdecydowana przewaga leżała po stronie PFB, która dysponuje odremontowanym kompleksem zabytkowych budynków na wyspie Ołowianka (dawna elektrociepłownia i spichlerz). Dzięki temu mogą się tam odbywać nie tylko imprezy kulturalne, lecz także wszelkiego rodzaju kongresy, konferencje oraz debaty. Warto przy tym dodać, że część pomieszczeń wynajmowana jest od filharmonii na stałe – hotel oraz dwie restauracje. Nie dziwi zatem znaczna przewaga PFB również po zrelatywizowaniu tej kategorii przychodów, co uwidoczniło na rysunku 2. W gdańskiej filharmonii były to w badanym okresie kwoty porównywalne, a nawet przekraczające przychody z koncertów – w latach 2009 i 2010 stanowiły ponad połowę przychodów własnych, osiągając poziom ponad 14% całości przychodów. Pozostałe filharmonie nie mogły nawet zbliżyć się do takich wartości, osiągając z wynajmu infrastruktury jedynie od ułamków procenta do poniżej 3% całości przychodów (od 0,2% w katowickiej filharmonii w 2010 do 2,7% w filharmonii wrocławskiej w 2008).



Rysunek 2. Przychody z wynajmu sal i innych obiektów jako procent przychodów ogółem w latach 2006–2010

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z filharmonii.

Najistotniejszym źródłem przychodów we wszystkich badanych filharmoniach były w latach 2006–2010 dotacje (głównie z Urzędu Marszałkowskiego oraz Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, filharmonia we Wrocławiu).

wiu dotowana była dodatkowo w znaczącym stopniu przez gminę). Kwoty tych dotacji przedstawiono w tabeli 4.

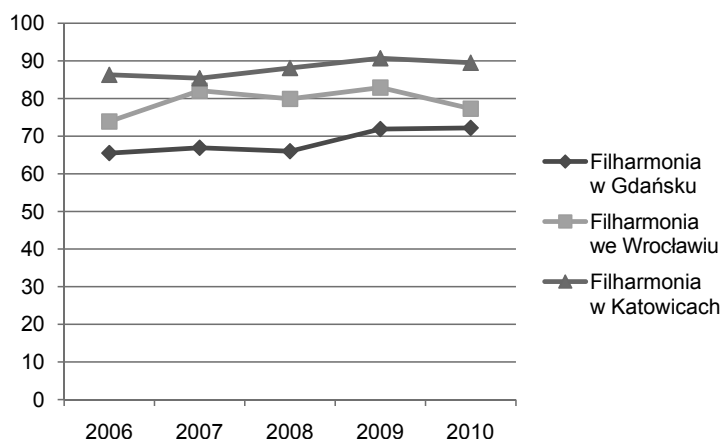
Tablica 4

Przychody z dotacji (tys. zł) oraz ich procentowy udział w całości przychodów w latach 2006–2010

	2006		2007		2008		2009		2010	
	wartość	udział	wartość	udział	wartość	udział	wartość	udział	wartość	udział
PFB	5 010,00	65,5	5 475,00	66,9	6 385,00	66,0	9 045,39	71,9	10 701,73	72,2
FiWL	6 332,90	73,9	6 845,65	82,1	8 965,90	79,9	8 265,10	82,9	8 592,30	77,3
FŚ	8 260,50	86,3	9 271,02	85,4	10 393,65	88,1	11 866,17	90,7	12 006,93	89,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z filharmonii.

Są to wartości znacznie wyższe od przychodów z podstawowej działalności i w badanym okresie podlegające systematycznemu wzrostowi. Wysokość kwot dotacji na następny rok działalności jest ustalana każdorazowo głównie na podstawie przedstawianego Urzędowi Marszałkowskiemu przez filharmonie rzeczowego planu rocznej działalności, w którym wyszczególnia się m.in. przewidywane koszty honorariów dla dyrygentów i solistów, wynagrodzenia dla własnych muzyków oraz inne koszty bieżącej eksploatacji (np. zużycie energii itp.). Znaczący udział dotacji w całości przychodów można zauważyć na rysunku 3.



Rysunek 3. Przychody z dotacji jako procent przychodów ogółem w latach 2006–2010

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z filharmonii.

W badanym okresie stanowiły one od 65,5% (PFB w 2006) do ponad 90% całości przychodów (FŚ w 2009). Jeśli przyjrzeć się dokładniej temu zjawisku na przestrzeni pięciu badanych lat, to rzeczywiście najbardziej uzależniona od dotacji pozostawała filharmonia katowicka, w której cały czas ich udział w całości przychodów utrzymywał się od około 85% do nieco ponad 90%. Wrocławska filharmonia przez cały okres zajmowała pod tym względem drugą pozycję, otrzymując w charakterze dotacji od bez mała trzech czwartych do ponad 80% przychodów. Najbardziej samodzielnym z trzech podmiotów okazała się gdańska PFB, w której dotacje stanowiły tylko od ponad 65% do nieco powyżej 70%. Niepokój budzić może dość wyraźnie zarysowana tendencja zwyżkowa udziału dotacji w przychodach (wyjąwszy FiWL w 2010), co przeczy idei stopniowego usamodzielniania się instytucji kultury zaznaczonej przez władze w NSRK i Uzupełnieniu NSRK, tym bardziej że to właśnie wzrost wartości tej – zrelatywizowanej – miary, a nie samych kwot dotacji, jest najlepszym sygnalizatorem zmniejszenia stopnia niezależności finansowej podmiotów od władz na szczeblu samorządowym bądź centralnym.

Jak zatem w praktyce zarządzający filharmonią odciążają budżety samorządów i uatrakcyjniają swoją ofertę, pozyskując dodatkowe źródła przychodów ze źródeł prywatnych? Nasuwa się tu od razu rozwiązanie najczęściej w takich przypadkach stosowane, czyli nawiązanie współpracy ze sponsorami oraz darczyńcami. Przychody z tych tytułów ujmowane są w strukturze przychodów odpowiednio jako przychody ze sprzedaży reklamy (część przychodów z działalności pozakoncertowej) oraz jako część pozostałych przychodów operacyjnych (darowizny).

Kształtowanie się przychodów ze sprzedaży reklamy w poszczególnych filharmoniach w badanym okresie zaprezentowano w tabeli 5.

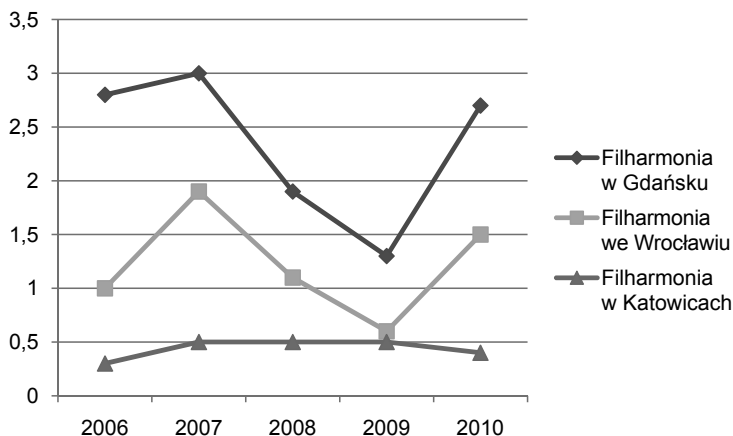
Tabela 5

Przychody ze sprzedaży reklamy (tys. zł) oraz ich procentowy udział w całości przychodów w latach 2006–2010

	2006		2007		2008		2009		2010	
	wartość	udział	wartość	udział	wartość	udział	wartość	udział	wartość	udział
PFB	216,33	2,8	247,39	3,0	181,70	1,9	158,40	1,3	398,85	2,7
FiWL	87,03	1,0	159,80	1,9	128,33	1,1	63,88	0,6	163,69	1,5
FŚ	26,07	0,3	55,50	0,5	62,24	0,5	71,98	0,5	52,21	0,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z filharmonii.

Przez cały okres największe bezwzględne kwoty przychodów od reklamodawców osiągała filharmonia gdańska. Kolejnym faktem, który rzuca się w oczy przy analizie tej części przychodów, jest to, że zarówno w przypadku instytucji z Wrocławia, jak i Gdańska wystąpiło znaczne załamanie tej sfery przychodów w roku 2009, co można zrzucić na karb najsilniejszego oddziaływania kryzysu światowego na Polskę w tym właśnie okresie. Odniesienie tej części przychodów ze sprzedaży do całości przychodów zobrazowano na rysunku 4.



Rysunek 4. Przychody ze sprzedaży reklamy jako procent przychodów ogółem w latach 2006–2010

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z filharmonii.

W zakresie udziału sponsoringu w przychodach najgorzej sytuacja wyglądała w filharmonii katowickiej, w której przychody ze sprzedaży reklamy kształtowały się w całym badanym okresie w granicach 0,3–0,5% całości przychodów, co jest nieco zaskakujące, zważywszy na koncentrację dużych przedsiębiorstw oraz znaczną liczbę osób zamieszkujących w rejonie Aglomeracji Śląskiej. Nieco lepsza była sytuacja we Wrocławiu, tu reklamy przynosiły w granicach od 1% do prawie 2% całości przychodów (wyjątek stanowił rok 2009, kiedy wskaźnik wyniósł 0,9%). Filharmonia w Gdańsku w badanym okresie okazała się najsukcesywniejsza w pozyskiwaniu przychodów od sponsorów – stanowiły one najczęściej od 2% do 3% ogółu przychodów (pomijając rok 2009, gdy było to jedynie 1,3%). Jest to o tyle ciekawe, że również Wrocław wydaje się mieć lepszy potencjał w zakresie potencjalnych sponsorów niż Gdańsk (również z uwagi na gęstość zaludnienia).

Wynioskować można zatem, że to właśnie filharmonia gdańska była w badanym okresie najbardziej aktywna w poszukiwaniu firm mogących wesprzeć finansowo jej działalność i udało się jej uzyskać więcej, pomimo (jak się okazało pozornego) stania na straconej pozycji w porównaniu do pozostałych dwóch instytucji.

W tabeli 6 przedstawiono kwoty uzyskane przez poszczególne filharmonie w formie darowizn.

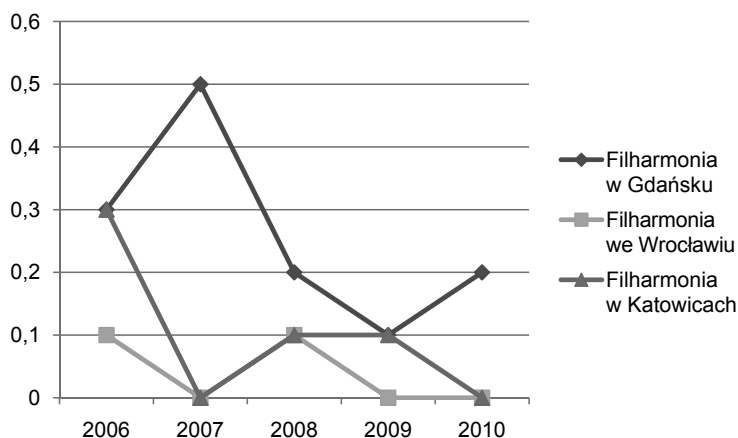
Tabela 6

Przychody z tytułu darowizn (tys. zł) oraz ich procentowy udział w całości przychodów w latach 2006–2010

	2006		2007		2008		2009		2010	
	wartość	udział	wartość	udział	wartość	udział	wartość	udział	wartość	udział
PFB	22,76	0,3	43,18	0,5	24,10	0,2	16,40	0,1	24,20	0,2
FiWL	10,00	0,1	1,23	0,0	15,00	0,1	–	0,0	–	0,0
FŚ	28,00	0,3	–	0,0	13,59	0,1	16,00	0,1	–	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z filharmonii.

Stanowiły one znikomą część przychodów (drobne ułamki procenta lub całkowity brak ich obecności) we wszystkich badanych podmiotach (rysunek 5). Na tym polu znów relatywnie najlepiej wypadła filharmonia w Gdańsku, z rekordowym udziałem darowizn w przychodach na poziomie 0,5% w 2007 roku.



Rysunek 5. Przychody z darowizn jako procent przychodów ogółem w latach 2006–2010

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z filharmonii.

Wszystkie filharmonie mogły pochwalić się dość długą listą podmiotów sponsorujących. W przypadku Polskiej Filharmonii Bałtyckiej im. Fryderyka Chopina w Gdańsku sponsor główny to Elektrociepłowni Wybrzeże SA (główny sponsor koncertu inaugurującego nowy sezon artystyczny, koncertów sylwestrowych oraz koncertu kończącego sezon artystyczny). Sponsorem strategicznym była grupa Energa, inni sponsorzy to: Polskie Towarzystwo Ubezpieczeń SA, VBW Engineering sp. z o. o. i Przedsiębiorstwo Przeladunkowo-Składowe „Port Północny” sp. z o.o. Sponsorem sezonu artystycznego Filharmonii Śląskiej w Katowicach było Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej Katowice sp. z o.o., a zakup niektórych elementów wyposażenia z zakresu bezpieczeństwa zbiorowego został sfinansowany z Funduszu Prewencyjnego PZU SA. Filharmonia im. Witolda Lutosławskiego we Wrocławiu przedstawiła długą listę sponsorów, na której znalazły się: trzy wrocławskie hotele (Scandic, Monopol, Orbis Wrocław), Kler SA, trzy restauracje (La Scala, Green House, TGI Fridays), Centrum Lokalizacji C&M sp. z o.o. Ciekawym elementem w przypadku tej filharmonii jest umieszczenie bezpośrednio na stronie internetowej zasad sponsoringu, w tym: cennika uzyskania poszczególnych tytułów sponsorskich (tytuł sponsora koncertu – od 2 tys. zł, sponsora głównego koncertu – od 5 tys. zł, sponsora miesiąca – od 15 tys. zł, sponsora filharmonii – od 30 tys. zł) oraz mapy przywilejów sponsorskich. W tym samym miejscu można pobrać (w formacie .pdf) szczegółową ofertę sponsorską oraz ofertę zamieszczenia reklamy na telebimie umieszczonym na fasadzie filharmonii (jak podano, oglądalność telebimu wynosiła 120 tys. osób tygodniowo, czyli nieco więcej niż roczna publiczność na koncertach w sali stałej filharmonii)¹⁸. Podjęcie przez filharmonię takiego kroku ma zalety – potencjalny sponsor może natychmiast zorientować się w zasadach współpracy. Z drugiej jednak strony zasadność tego działania może budzić wątpliwości, ogranicza to bowiem nieco możliwości pozyskania środków od sponsorów, ponieważ na pewno sponsor będzie chciał otrzymać przywileje za minimalne kwoty, które są upublicznione w cennikach – zaoferowanie wyższej kwoty w danym przedziale nie generuje dla niego dodatkowych przywilejów.

Po przestudiowaniu listy sponsorów badanych filharmonii nasuwa się jeszcze jedno spostrzeżenie. Stosunkowo niewielki procent z nich to dostawcy dóbr i usług luksusowych. Wydawałoby się, że filharmonia powinna być dla nich dość atrakcyjnym miejscem na zaznaczenie swojej obecności na rynku. Może więc

¹⁸ www.filharmonia.wroclaw.pl/pressroom/showNews/40

jest to kierunek, w którym powinny się obecnie zwrócić osoby odpowiedzialne za sprzedaż reklamy w tych instytucjach kultury, szczególnie mając na uwadze to, że czasy niepewności gospodarczej to jednocześnie czasy rozkwitu dla firm związanych ze sferą luksusu.

Podsumowanie

Poszerzenie zakresu finansowania filharmonii z prywatnych źródeł – czy to w warunkach ograniczenia przychodów w formie dotacji (takie ryzyko istnieje w obliczu rychłej konieczności dokonania cięć wydatków budżetowych), czy przy utrzymaniu ich na dotychczasowym poziomie – byłoby zjawiskiem ze wszech miar pożądanym i mogącym przynieść liczne korzyści (o wielu z nich – np. odciążeniu budżetów wojewódzkich, możliwości częstszego sprowadzenia na występy muzyków światowego formatu, ewentualnej obniżce cen biletów – napisano w niniejszym artykule). Skutkować by to mogło dodatkowo przyciągnięciem znacznie większej publiczności, a co za tym idzie – zwiększeniem przychodów ze sprzedaży biletów (przy częstszych koncertach znanych wirtuozów byłoby to możliwe pomimo obniżki średniej ceny biletu – takie wydarzenia zapewniają zawsze pełną salę). Wszystkie badane filharmonie korzystały w ostatnich pięciu latach z prywatnego dofinansowania, co zaowocowało zwiększeniem strumienia przychodów. Ze wszystkich trzech filharmonii o podobnym rozmiarze działania, mierzonym liczbą słuchaczy uczęszczających rocznie na koncerty, największy zakres przychodów pochodzących od sponsorów uzyskała PFB w Gdańsku. Świadczy to o tym, że dzięki dobremu zarządzaniu, również w istniejącym otoczeniu prawnogospodarczym, można uzyskać w tej dziedzinie lepsze wyniki niż inne instytucje (w dodatku położone w regionach o większym potencjale gospodarczym). Trzeba jednocześnie zauważyć, że wciąż nie były to jednak wartości imponujące (maksymalnie 3% całości przychodów). Z rozmów przeprowadzonych z zarządzającymi tą instytucją wynika, że jest to w dużej mierze wynik braku motywacji dla potencjalnych sponsorów w postaci zachęt podatkowych oraz ze strony ustawy o partnerstwie publiczno-prywatnym¹⁹ w jej obecnej postaci. Dzieje się tak pomimo postulowania przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego konieczności zmian w tych obszarach już od 2004 roku w tak ważnym dokumencie, jak Narodowa Strategia Rozwoju Kultury oraz jej późniejsze

¹⁹ Ustawa z 19 grudnia 2008 r. o partnerstwie publiczno-prywatnym, DzU 2009, nr 19, poz. 100.

uzupełnienie (ówcześnie urząd ten nosił nazwę Ministerstwo Kultury). Okazuje się zatem, że przedsiębiorstwa oczekiwałyby po współpracy z filharmonią czegoś więcej niż tylko prestiżu zyskanego dzięki wspieraniu tak szacownej instytucji.

Przy okazji analizy przychodów filharmonii można wyciągnąć dodatkowy cenny wniosek. Jedynym czynnikiem, który przyczynił się w badanym okresie do uzyskania pokaźnych sum w zakresie przychodów własnych (z wynajmu sal i innych pomieszczeń), a tym samym spowodował, że PFB pobierała zdecydowanie mniej (procentowo) dotacji od pozostałych, było pozyskanie i zaadaptowanie na jej siedzibę cennych obiektów nad Motławą – w centrum Starego Gdańska. Oznaczało to jednak znacznie większe wydatki poniesione na tę inwestycję wcześniej – odciążenie budżetu województwa w badanym okresie okupione było dużo większym zaangażowaniem środków z niego pochodzących w latach poprzedzających. Jeżeli zatem założyć, że rekompensatą za poniesione uprzednio nakłady miałyby być przychody z wynajmu, to zanim się ona w pełnym zakresie urzeczywistni, minie jeszcze wiele lat.

Literatura

- Borowiecki R., *Perspektywy rozwoju sektora kultury w Polsce*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2004.
- Diagnoza Społeczna 2005. Warunki i jakość życia Polaków*, Rada Monitoringu Społecznego, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Warszawie, Warszawa 2005.
- Diagnoza Społeczna 2007. Warunki i jakość życia Polaków*, Rada Monitoringu Społecznego, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Warszawie, Warszawa 2007.
- Diagnoza Społeczna 2009. Warunki i jakość życia Polaków*, Rada Monitoringu Społecznego, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Warszawie, Warszawa 2009.
- Działalność instytucji kultury w Polsce w 2009 r.*, GUS, Warszawa 2010.
- Działalność instytucji kultury w Polsce w 2010 r.*, GUS, Warszawa 2011.
- Iłczuk D., Misiąg W., *Finansowanie i organizacja kultury w gospodarce rynkowej*, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Warszawa 2003.
- Kultura w 2009 r. Informacje i opracowania statystyczne*, GUS, Warszawa 2010.
- Narodowa Strategia Rozwoju Kultury na lata 2004–2013*, Ministerstwo Kultury, Warszawa 2004.
- Ustawa z 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych, DzU 2009, nr 157, poz. 1240, z późn. zm.

Ustawa z 25 października 1991 r. o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej, DzU 2001, nr 13, poz. 123, z późn. zm.

Ustawa z 19 grudnia 2008 r. o partnerstwie publiczno-prywatnym, DzU 2009, nr 19, poz. 100.

Ustawa z 31 sierpnia 2011 r. o zmianie ustawy o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej oraz niektórych innych ustaw, DzU 2011, nr 207, poz. 1230.

Uzupełnienie Narodowej Strategii Rozwoju Kultury na lata 2004–2020, Ministerstwo Kultury, Warszawa 2005.

REVENUE FROM PRIVATE SOURCES IN THE STRUCTURE OF THE PHILHARMONICS' REVENUE

Summary

This article focuses on issues related to the income of a specific type of entities, namely the Philharmonics. As the cultural institutions, they are financed mainly from regional budgets, but the desired and intended trend – present for some time in the government strategies – is the gradual increase in the role of private entities as part of their income. The author tries to highlight the conditions of this process and ensure of the actual existence and possible state of it basing on the analysis of selected philharmonics in Poland.

Keywords: income, philharmonic, institution of culture, artistic institution

Translated by Bartłomiej Gabriel