

УДК [330.101.542: 334.72] (477)

ПРИРОДА ДВОЇСТОСТІ СУСПІЛЬНИХ ТОВАРІВ СФЕРИ КУЛЬТУРИ

Маріанна Кічурчак

*Львівський національний університет імені Івана Франка
79011, м. Львів, пр. Свободи, 18
E-mail: Marianna_Kichurchak @ ukr.net*

У статті розглядається внутрішній зміст економічної категорії „суспільні товари сфери культури”. Автором проаналізовано властивості суспільних товарів сфери культури, виявлено особливості природи двоїстості і поглиблено розуміння її сутності. Ключові слова: суспільні товари сфери культури, споживна цінність, мінова цінність, проблема „фрі райдера”.

Ускладнення господарського життя постійно орієнтує економічну науку на впровадження в науковий обіг нових економічних категорій і розроблення адекватних теоретичних моделей, що якнайкраще верифікують і прогнозують розвиток економічної системи. У зв'язку з цим необхідно з'ясувати сутнісні зв'язки і взаємозалежності у такій сфері господарської діяльності як культура та виявити специфічність внутрішнього змісту категорії „суспільні товари сфери культури”.

Теоретичні і методологічні підходи дослідження природи суспільних товарів, ролі держави у формуванні їх пропозиції і механізмі задоволення попиту були сформовані такими відомими вченими як Ш.Бланкарт, Дж.Б'юкенен, Ф.Гайєк, Дж.К.Гелбрейт, К.Ерроу, Р.Коуз, Р.А.Масгрейв, Дж.Ст.Мілль, Д.Норт, М.Олсон, А.Рубінштейн, А.Сміт, Дж.Стігліц та ін. У межах власних теоретичних конструкцій питання, дотичні до процесів виробництва та фінансового забезпечення суспільних товарів, вивчали відомі українські економісти минулого – М.Алексєєнко, М.Бунге, М.Туган-Барановський, П.Чомпа, Ф.Щербина, М.Яснопольський. Серед вітчизняних науковців суспільні товари як компонент державного сектора національної економіки, розподілу обмежених асигнувань і використання програмно-цільового методу у бюджетному процесі, реалізації моделі гуманітарного розвитку розглядали В.Базилевич, С.Вовканич, В.Геєць, М.Жулинський, В.Мортіков, Ц.Огонь, М.Попович, Ю.Рубан та ін.

Водночас в науковій літературі не приділяється достатньо уваги економічним відносинам у сфері культури, особливостям її державного регулювання та розробленню відповідного категоріального апарату, зокрема і того, який пов'язаний із теорією суспільних товарів. Метою статті є з'ясування природи двоїстості суспільних товарів сфери культури та специфіки її прояву. У зв'язку з цим виникають такі завдання: аналіз двоїстого характеру суспільних товарів сфери культури; виявлення особливостей їх споживної і мінової цінностей; поглиблення розуміння сутності таких товарів.

Фундаментальною рисою усіх товарів є наявність двох властивостей, що взаємодоповнюють одна одну і без яких будь-який продукт не набуває товарної форми. Априорі можна констатувати те, що двоїсту природу мають і суспільні товари сфери культури. Згідно з таким трактуванням для суспільних товарів сфери культури притаманними є суспільна споживна цінність, яка виявляється через їх здатність приносити корисність унаслідок колективного характеру споживання і доступності для споживачів, і мінова, що орієнтує на визначення їх ціни і чинників, що впливають на процес ціноутворення.

Аналізуючи суспільну споживну цінність для даного виду товарів, доцільно виокремити різні способи виявлення зацікавленості у них. Це може бути окрема особа, яка на ринку висловлює свої вподобання щодо тих чи інших суспільних товарів сфери культури, даючи позитивну оцінку корисності через розуміння їх важливості для свого розвитку, і виголошуючи бажання взяти участь у фіскальному обміні. Також це може бути і держава, як особливий інститут, діяльність якого спрямована на забезпечення інтересів суспільства і який є самостійним суб'єктом ринку. Цей інститут через механізми, які притаманні лише йому, здійснює суспільну оцінку для таких товарів у сфері культури і бере на себе зобов'язання щодо виробництва деяких з них, задіюючи систему примусу.

Вважаємо, що особливістю суспільної споживної цінності для таких товарів у цій сфері є характер її прояву. З одного боку, відштовхуючись від теоретико-методологічних постулатів „мейнстріму”, наголошують на існуванні особистих переваг і формуванні індивідуального попиту на суспільні товари сфери культури, з іншого – систему зацікавленості у таких товарах формують державні інституції, функцією яких є досягнення добробуту і гармонійного розвитку суспільства в національній економіці. У такому разі групові інтереси не можуть бути приведеними до індивідуальних [5, с. 46-47; 8], унаслідок чого сучасна ринкова економіка розглядається як система, в якій поєднуються різні за своєю природою засади її розвитку. Така методологічна суперечність щодо дослідження суспільної споживної цінності суспільних товарів, у тому числі і сфери культури, призвела до обґрунтування ролі держави як особливого утворення, який представляє різні колективні потреби, задоволення яких є поза сферою зацікавленості ринкового механізму. Це у свою чергу зумовило розроблення і впровадження програм гуманітарного розвитку [9; 16, с. 8], застосування програмно-цільового методу у бюджетному процесі [6, с. 219-251; 15] з метою якнайповнішого задоволення потреб у суспільних товарах сфери культури і формування на цій основі цілісного загальнонаціонального культурно-комунікаційного простору.

Суспільна цінність таких товарів сфери культури впливає і з їх фундаментальних властивостей невиключеності і несуперництва у споживанні. Тому при дослідженні феномену суспільних товарів сфери культури необхідно враховувати суспільну цінність як для безпосередніх споживачів, так і тих, хто не виявляє прямої зацікавленості в них. У цьому випадку доцільно вказати на широтний аспект суспільної цінності таких товарів, коли відбувається підвищення культурного рівня населення країни і поліпшення якості соціального середовища. У національній економіці це призводить до якісних зрушень, що торкаються усіх без винятку суб'єктів, причому у рівній мірі. Ще однією особливістю суспільної цінності цих товарів сфери культури є наявність результату, який досить складно кількісно виміряти і виявляється впродовж тривалого проміжку часу в усіх

підсистемах соціально-економічного життя. Крім того, на нашу думку, з цього впливає існування екстерналій та відповідно процесу інтерналізації, коли за допомогою держави суспільство одержує додаткові реальні вигоди через корегування „провалів” ринку.

Другою властивістю суспільних товарів сфери культури є наявність мінової цінності, що визначається за допомогою механізмів фіскального обміну між державою як їх основним виробником і споживачами. З приводу мінової цінності суспільних товарів, у тому числі і сфери культури, між економістами не має одностайності, це питання має дискусійний характер. Зокрема, російський вчений Ю.Князев критично зауважує, що „державна не одержує плату за свої послуги, як це відбувається за еквівалентного обміну, а головне – не здобуває прибутку від своєї діяльності” [8, с. 45]. Ми не погоджуємося з цим твердженням і вважаємо, що держава в ринковій системі господарювання є постачальником на ринок саме тих товарів, у виробництві яких приватні фірми не зацікавлені. У процесі виробництва суспільних товарів, у тому числі і сфери культури, відбувається поєднання за допомогою технологій і організації економічних ресурсів, які залучаються з відповідних ринків на платній основі. У результаті ми одержуємо певний продукт, для якого можна визначити витрати на його створення. У випадку із суспільними товарами, у тому числі і для сфери культури, одержується сигнал про те, у скільки вони будуть обходитися даному суспільству.

Головно держава і створює такий механізм, що дозволяє вилучати плату зі своїх громадян за користування суспільними товарами через податки. Власне тут і виникають питання щодо того, що самі податкові платежі суб’єктів національної економіки не відображають взаємозв’язку між розміром сплачених податків та обсягами споживання кожним з них суспільних товарів [2, с. 211-219; 3, с. 533; 10, с. 155-157; 11, с. 33; 12, с. 66-67, 247; 14, с. 96, 201; 21, с. 192-199; 23, с. 50-52]. У такому разі визначення ціни має неочевидний характер, оскільки через об’єднані зусилля членів суспільства відбувається акумуляція коштів у розпорядженні держави, яка за допомогою бюджетів різних рівнів визначає, які види суспільних товарів сфери культури буде вироблено і тим самим забезпечене виконання її функцій. Еквівалентність обміну зумовлюється власною оцінкою корисності споживання суспільних товарів і бажанням платника податків їх сплачувати.

За ідеалізованих припущень впливає, що всі споживачі суспільних товарів здійснюють їх оплату, але економічні реалії показують, що доступність суспільних товарів і раціоналізм економічної поведінки людей призводить до різного роду ухилянь споживачів від плати за них (фрірайдерства). В теоретичному плані проблема „фрі райдера” для суспільних товарів сфери культури призводить до виникнення методологічних суперечностей при розкритті їх внутрішнього змісту. Для осіб, які ухиляються від здійснення таких непрямих платежів за споживання суспільних товарів, на ринку існує нульова оцінка їх індивідуальної корисності, що призводить до існування нульової суспільної цінності вже для групи осіб. Якщо припустити, що все суспільство відмовляється здійснювати фіскальний обмін, то воно індукує сигнали про нульову цінність суспільних товарів сфери культури загалом. Таке явище, на думку А.Рубінштейна, зумовлює виникнення „парадоксу суспільних товарів”. Непрямо на існування такої суперечності при визначенні мінової цінності для даної групи товарів вказували інші відомі економісти [1, с. 36, 38; 3, с. 533; 18, с. 279; 24, р. 441-442; 25, р. 75]. Для економіки України можливості виробництва суспільних товарів сфери культури

додатково обмежуються наявністю потужного тіньового сектора, сприяючи тому, що деяка частина платників податків ухиляється від їх сплати, посилюючи проблему „фрі райдера”.

Додатково на користь того, що суспільні товари сфери культури мають двоїтий характер, вказує і те, що ця сфера має справу лише з тими благами, яких у природі не існує. Тобто створення усіх благ у сфері культури пов'язане із застосуванням людської праці і відповідно до цього вони стають носіями економічних відносин. У національній економіці на основі цього формуються відповідні інституції, які беруть на себе функції з їх виробництва, розподілу і споживання. Основними видами такої інституційної діяльності є: інститути створення і тиражування продуктів художньої культури (творчі союзи, кіностудії, видавництва і т.д.); інститути збереження і розповсюдження продуктів художньої культури (бібліотеки, архіви, музеї, виставки, театри і т.д.); інститути, а також канали художньої освіти і виховання населення [13, с. 35]. Подібну концепцію підтримує А. Рубінштейн, який визначив узагальнену модель культурної діяльності [17, с. 411], К. Соколов, котрий виокремив найважливіші компоненти культури як цілісної підсистеми суспільства [19, с. 184-186], І. Столяров, який розробив критерії класифікації культурної діяльності [22, с. 121].

Згідно з таким інституційним підходом, природа двоїстості суспільних товарів сфери культури пов'язана з існуванням певних організацій з невизначеною кількістю учасників, об'єднаних спільним інтересом щодо ознайомлення з культурним надбанням. У просторово-часовому аспекті відбувається диференціація споживання суспільних товарів сфери культури, оскільки такими вони є відносно певної специфічної групи. З економічної точки зору, це вимагає створення мережі культурно-мистецьких закладів, які беруть на себе функцію не лише по задоволенню попиту, але й по його формуванню. Як зазначає М.Олсон, деякі блага є колективними для тих, хто належить до однієї групи, і водночас приватними для інших членів, бо деяких індивідів можна допустити до їх споживання, а інших – ні [12, с. 63]. Тому, на нашу думку, при розгляді суспільних товарів сфери культури доцільно використати підходи, що ґрунтуються на логіці колективної дії та теорії груп, і брати до уваги те, що окремі продукти даної сфери можуть мати квазісуспільний характер. Наявність таких продуктів пов'язана з функцією залучення якомога ширшого кола осіб до споживання таких товарів або на пільгових умовах, або на безоплатній основі, але насамперед за державною закріплюється завдання щодо їх виробництва.

До особливостей суспільних товарів сфери культури належить ще й те, що їх виробництво залежить не лише від взаємодії попиту і пропозиції, визначення на цій основі споживної і мінової цінностей, але й від політичного вибору. Це обумовлене тим, що для визначення їх кількісних параметрів необхідно забезпечити законодавче оформлення бюджетних відносин з врахуванням поглядів парламентської більшості, яка схильна до змін у виборі тих чи інших пріоритетів, виходячи з поточної економічної і соціальної ситуації в країні. Для сфери культури це означає, що про неї „забувають” при формуванні завдань бюджетної політики на відповідний фінансовий рік через непрямий характер витрачання коштів і орієнтацію здебільшого на довгострокову перспективу. Тому таке „вузьке” розуміння культури сформувало ставлення до неї як до другорядної галузі, що набуло системних ознак в нашій країні і є одним з чинників, які гальмують поліпшення якості життя. На думку російських науковців, це породжує низький

правовий і суспільний статус культури, незатребуваність потенціалу культури, в тому числі в системі державного устрою, свідченням чого є те, що культура не увійшла до переліку пріоритетних національних проектів [20, с. 195]. Відштовхуючись від українських реалій така ситуація є загрозливою, оскільки звужує можливості соціально-економічних перетворень і реалізацію моделі інвестиційно-інноваційного розвитку. З цього приводу В.М.Геєць зазначає, що „нині в Україні у сфері мистецтва та літератури має місце скоріше занепад, а не піднесення, що давало би поштовх розвитку українського генія, який би був затребуваний світом” [4, с. 85].

Для суспільних товарів сфери культури, як для їх інших видів, є притаманними різні комбінації споживання і розподілу обмежених ресурсів, що часто слугує основою для конфліктів. Тому для кожного з видів суспільних товарів сфери культури формують систему пріоритетів щодо їх важливості і це призводить до своєрідної конкуренції за обмежені ресурси, необхідні для їх виробництва. На думку М.Олсона, будь-хто у сфері цього колективного блага має змиритися з приблизно однаковим рівнем забезпечення і типом колективного блага, тоді як за різних смаків щодо приватних благ кожен індивід може споживати яку завгодно вподобану комбінацію благ [12, с. 235].

Таким чином, аналіз двоїстого характеру суспільних товарів сфери культури дозволив визначити певні його особливості. Суспільна споживна цінність таких товарів пов'язана як з існуванням індивідуальних преференцій, так і колективних, виразником яких здебільшого є держава. Крім того, здатність приносити корисність для інших членів суспільства має і позаекономічний характер, оскільки непрямо впливає і на тих суб'єктів, які не зацікавлені споживати такі товари сфери культури. При визначенні мінової цінності акцент робиться на механізмах фіскального обміну та об'єднаних зусиллях суб'єктів, які забезпечують акумуляцію необхідних коштів. З точки зору окремого індивіда існує загроза ухиляння від здійснення платежів внаслідок відсутності у нього попиту на суспільні товари сфери культури. Для суспільства загалом така опортуністична поведінка формує хибні уявлення про нульову мінову цінність цих товарів. Для уникнення цього парадоксу державі надаються специфічні функції по забезпеченню інтересів суспільства і формування пропозиції суспільних товарів, у тому числі і у сфері культури.

У теоретико-методологічному аспекті особливості природи двоїстості суспільних товарів сфери культури зумовлюють необхідність перегляду існуючих концептуальних підходів, оскільки різноплановість поведінки людини в економічній системі важко пояснити лише відштовхуючись від принципу раціоналістичного індивідуалізму [7]. Якщо ж припустити, що цей постулат має універсальний характер, тоді досить важко пояснити механізми формування попиту і пропозиції суспільних товарів сфери культури, значний ступінь неоднозначності впливу цих товарів на розвиток людини і визначення економічної ефективності. Ми вважаємо, що поряд інтересами окремих осіб, їх суверенітету як споживачів і раціональності поведінки, варто виокремлювати інтереси групи, задоволення їх вподобань бере на себе держава або інша спеціально створена соціальна інституція. Для кращого розуміння особливостей суспільних товарів сфери культури потрібно зважити і на те, що культурно-мистецька діяльність є доволі розгалуженою. Тут функціонують різні види закладів культури, орієнтованих на задоволення певних конкретних потреб, що вимагає врахування

широкого аспекту діяльності, який розповсюджується і на інших членів суспільства. Водночас сама культура є частиною повсякденного життя кожної людини, оскільки формує духовно-моральну орієнтацію розвитку особистості і сприяє генерації нових знань. Це впливає на те, що у межах наших теоретичних міркувань визначення внутрішнього змісту суспільних товарів сфери культури завдяки багатопрофільності і багаторівневості самої культурної діяльності має ґрунтуватися на принципах системності і комплексності.

1. Б'юкенен Дж. М. Суспільні фінанси і суспільний вибір: Два протилежних бачення держави: Пер. з англ. / Дж. М. Б'юкенен, Р. А. Масгрейв. – К. : Вид. Дім „КМ Академія”, 2004. – 175 с. – ISBN 966-518-279-X.
2. Бланкарт Ш. Державні фінанси в умовах демократії: Вступ до фінансової науки / Ш. Бланкарт ; пер. з нім. С. І. Терещенко та О. О. Терещенка; передмова та наук. редагування В. М. Федосова. – К. : Либідь, 2000. – 654 с. – ISBN 966-06-0137-9.
3. Блауг М. Економічна теорія в ретроспективі / М. Блауг ; пер. з англ. І. Дзюб. – К. : Вид-во Соломії Павличко „Основи”, 2001. – 670 с. – ISBN 966-500-147-7 (укр.), ISBN 0-521-57701-2 (англ.).
4. Геєць В. М. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку / В. М. Геєць ; НАН України ; Ін-т екон. та прогнозув. НАН України. – К., 2009. – 864 с. : табл., рис. – ISBN 978-966-02-5437-4.
5. Гриценко А. Методологічні основи модернізації України / А. Гриценко // Економіка України. – 2011. – № 1. – С. 38-47.
6. Державні цільові програми та упорядкування програмного процесу в бюджетній сфері / [В. М. Геєць, В. П. Александрова, О. І. Амоша, В. В. Близнюк та ін] ; за ред. акад. НАН України В. М. Гейця. – К. : Наукова думка, 2008. – 364 с. – ISBN 978-966-00-0749-9.
7. Кирдина С. Теория и практика современного развития отрицают методологию индивидуализма / С. Кирдина // Вопросы экономики. – 2008. – № 8 – С. 58-77.
8. Князев Ю. Индивидуализм и коллективизм – противоречивые начала личности и общества / Ю. Князев // Вопросы экономики. – 2008. – № 6 – С. 39-45.
9. Концепція гуманітарного розвитку України на період до 2020 року. Проект // Стратегічні пріоритети. – 2009. – № 3. – С. 11-31.
10. Милль Дж. Ст. Основы политической экономии / Дж. Ст. Милль. – М. : Прогресс, 1981. – Т. 3. – 447 с.
11. Огонь Ц. Г. Доходи бюджету України: теорія та практика : монографія / Ц. Г. Огонь. – К. : Київ. нац. торг.-ек. ун-т, 2003. – 580 с. – 966-629-104-5.
12. Олсон М. Логіка колективної дії. Суспільні блага і теорія груп / М. Олсон. – К. : Лібра, 2004. – 271 с. – ISBN 966-703-565-4.
13. Петров В. М. Прогнозирование художественной культуры: Вопросы методологии и методики / В. М. Петров. – М. : Наука, 1991. – 152 с. – ISBN 5-02-012652-7.
14. Пигу А. Экономическая теория благосостояния / А. Пигу. – М. : Прогресс, 1985. – Т. 1. – 512 с.
15. Постанова Кабінету Міністрів України „Про затвердження Державної програми розвитку культури на період до 2007 року” від 06.08.2003 р. № 1235. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1235-2003-%EF>.
16. Рубан Ю. Г. Концептуальні засади гуманітарного розвитку України: стратегічні пріоритети державної політики / Ю. Г. Рубан // Стратегічні пріоритети. – 2009. – № 3. – С. 5-10.

17. Рубинштейн А. Я. Экономика общественных предпочтений. Структура и эволюция социального интереса / А. Я. Рубинштейн. – СПб. : Алетей, 2008. – 560 с. – ISBN 978-5-91419-079-5.
18. Селигмен Б. Основные течения современной экономической мысли / Б. Селигмен ; пер. А. В. Аникин. – М.: Прогресс, 1968. – 600 с.
19. Соколов К. Б. Социальная эффективность художественной культуры: Процессы распространения и освоения художественных ценностей / К. Б. Соколов. – М. : Наука, 1990. – 244 с. – ISBN 5-02-012687-X.
20. Социальная политика в контексте „нормативной” теории государства / [Р. И. Капелюшников, В. Ю. Муzychuk, А. Я. Рубинштейн, Ю. А. Яковлева и др.] ; под общ. ред. А. Я. Рубинштейна. – М. : Ин-т экономики РАН, 2009. – 343 с. – ISBN 978-5-9940-0118-9.
21. Стиглиц Дж. Е. Экономика державного сектора / Дж. Е. Стиглиц ; пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. – К. : Основи, 1998. – 854 с. – ISBN 966-500-210-4.
22. Столяров И. А. Управление культурой: (Организационно-экономический механизм) / И. А. Столяров. – М. : Экономика, 1989. – 208 с. – ISBN 5-282-00489-5.
23. Якобсон Л. И. Экономика общественного сектора: Основы теории государственных финансов : учебник для вузов / Л. И. Якобсон. – М. : Аспект Пресс, 1996. – 319 с. – ISBN 5-7567-0061-7.
24. Mansfield E. Microeconomics Theory / E. Mansfield. – Applications W. W. Norton Company. – New-York – London, 1985. – 453 p. – ISBN 0-393-95403-X
25. North D. C. The economics of public issues / D. C. North, R. L. Miller. – New-York, Evanston, San Francisco, London : Harper & Row Publisher, 1990. – 179 p.

THE DUALITY'S NATURE OF THE ART SPHERE'S PUBLIC GOODS

M.Kichurchak¹

The Ivan Franko National University of Lviv

Svobody Ave., 18, Lviv, 79008

E-mail: Marianna_Kichurchak@ukr.net

Investigation of inward sense of economic category “the art sphere’s public goods” is devoted the article. The author has analyzed properties of the art sphere’s public goods, discovered peculiarities of its duality’s nature and deepened understanding of its essence.

Key words: the art sphere’s public goods, consumer value, exchange value, free-rider problem