

УДК [330.101: 163.14] (477)

СУСПІЛЬНИЙ ТОВАР ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

М. Кічурчак

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

У статті розглянуто підходи до розуміння сутності такої економічної категорії як суспільний товар. Автор проаналізувала трактування економічної категорії „суспільний товар” відомими українськими і зарубіжними науковцями, здійснила систематизацію їх поглядів та запропонувала власне визначення цього поняття.

Ключові слова: благо, товар, суспільний товар, суспільне благо, квазісуспільні товари, проблема „безбілетника”.

У результаті ринкової трансформації економіки України державні механізми регулювання господарського життя країни зазнали змін. Це зумовило пошук найкращих пропорцій між виробництвом товарів у приватному і державному секторах з метою ефективнішого використання ресурсів і якнайповнішого задоволення потреб людини і суспільства. Тому для кращого розуміння особливостей функціонування державного сектора, розподілу акумульованих державою коштів потрібно визначити сутність такої економічної категорії як „суспільний товар”.

Теоретичним підґрунтям для розуміння суті поняття „суспільний товар” є наукові дослідження відомих представників наукових шкіл і напрямів таких, як М.Балудянський, Е.Бем-Баверк, М.Бунге, А.Маршалл, К.Менгер, Дж.Ст.Мілль, В.Петті, Д.Піхно, Ж.Б.Сей, А.Сміт, М.Туган-Барановський та інші. Цими вченими здійснено всебічний аналіз дотичних до цієї категорії понять „благо” і „товар”, з’ясовано головні економічні функції держави в регулюванні національної економіки. Проблеми виробництва суспільних товарів, визначення попиту на них, пошуку джерел фінансування і якнайкращого задоволення суспільних потреб розглядалися у працях таких відомих українських і зарубіжних вчених, як Ш.Бланкарт, Дж.Б’юкенен, Ф.Гайек, В.Геєць, К.Ерроу, Р.Масгрейв, В.Мортіков, С.Мочерний, Ц.Огонь, М.Олсон, П.Семюелсон, Л.Якобсон та інші. Проте в економічній науці існують розбіжності щодо трактування сутності такої категорії як „суспільний товар”, поряд з цим поняттям використовується і термін „суспільне благо”, що зумовлює потребу в аналізі різних підходів до тлумачення та уточнення його визначення. Це відповідно зумовило вибір теми статті, її мету і завдання. Метою є з’ясування суті економічної категорії „суспільний товар” та її співвідношення з поняттям „суспільне благо”. Для досягнення цієї мети поставлено такі завдання: аналіз і систематизація поглядів щодо категорії „суспільний товар” і „суспільне благо” відомих українських і зарубіжних

науковців; визначення співвідношень цих термінів між собою та формування власного розуміння сутності даного поняття; виокремлення критеріїв класифікації для кращого вивчення стану попиту на різні види таких товарів.

В економічній літературі у переважній більшості випадків категорії „суспільне благо” і „суспільний товар” ототожнюються. Це з нашої точки зору обумовлюється: особливостями методологічної бази дослідження економічних процесів і явищ представниками провідних шкіл і напрямів; західною практикою до трактування економічних категорій „блага” і „товару”. Проте і в українських і в зарубіжних науковців існують певні розбіжності щодо визначення суті такого поняття як „суспільне благо” (табл. 1), що обумовлене різними баченнями його місця в категоріальному апараті економічної науки.

В інших джерелах зазначається, що значна роль у функціонуванні та розвитку суспільства належить суспільним товарам [15, с. 332], існують деякі види товарів, які не пропонуються на ринку або ж, якщо пропонуються, то у недостатній кількості [20, с. 107]. Згідно з цим науковим підходом такі товари задовольняють потреби всіх членів суспільства і мають дві основні властивості: не можна обмежити використання суспільного товару, що має назву не суперництва у споживанні; обмеження доступу споживачів до таких товарів неможливе або неефективне і має назву загальнодоступності.

Таблиця 1

Підходи до трактування економічної категорії „суспільне благо”

| № п/п | Визначення | Автори |
|-------|--|--|
| 1. | Блага суспільні – блага, які одночасно мають дві властивості: збільшення кількості споживачів блага не спричинює зменшення корисності, яку одержує кожен з них одержує; обмеження доступу для споживачів такого блага є практично неможливими [21, с. 75] | Л.Абалкин |
| 2. | Суспільні блага – це ті блага, які водночас можуть споживатися багатьма особами, незалежно від того, може чи не може їх оплатити кожен окремий споживач [5, с. 512]; Суспільні блага – це товари і послуги, призначені для задоволення колективних потреб, які неможливо визначити в грошовій формі (отже їх не може забезпечити ринок), але які неможливо вилучити за споживання [5, с. 709]; Суспільні блага мають такі відмінності як відсутність конкуренції та відсутність виключення зі споживання [8, с. 646] | В.Базилевич |
| 3. | Суспільні блага є неконкурентними і невинятковими. Вони споживаються колективно й одночасно багатьма людьми. При цьому споживання однієї особи не обмежує споживання інших [9, с. 413] | Г.Башнянин, О.Щедра |
| 4. | Суспільні або колективні блага мають дві характерні ознаки як неможливість виключення будь-якого суб'єкта із споживання (невиключеність) і відсутність суперництва у споживанні (неконкурентність) [7, с. 188] | С.Будаговська, І.Луніна |
| 5. | Суспільне благо – товари і послуги, що надаються державою її громадянам на однакових умовах. Такі блага не можна надати окремим особам без надання їх іншим [18, с. 224] | Л.Лозовський, Б.Райзберг, Е.Стародубцева |

| | | |
|-----|---|---|
| 6. | Чисті суспільні блага – блага, вигоди від яких у споживанні є неконкурентними і залишаються такими, – хоч би якою була кількість тих, хто отримує від них користь [3, с. 37] | Р.Масгрейв |
| 7. | Суспільні блага і послуги – сукупність матеріальних і нематеріальних благ, які надаються населенню державою у прямій і опосередкованій формах на здебільшого еквівалентній основі (шляхом вилучення податків) [4, с. 398; 12, с. 451] | С.Мочерний, Я.Мо-черна, Я.Ларіна, О.Устенко, С.Юрій |
| 8. | Чисте суспільне благо – це таке благо, яке споживається колективно усіма громадянами незалежно від того, платять за нього люди чи ні [13, с. 430] | Р.Нурсєв |
| 9. | Спільне, колективне або суспільне благо визначається тут як будь-яке благо, для якого характерним є таке: якщо будь-яка особа x_i з групи x_1, \dots, x_n його споживає, той інших членів цієї групи неможливо позбавити цього [14, с. 24] | М.Олсон |
| 10. | Суспільні, або державні блага – це товари і послуги спільного (колективного) користування. На них не поширюється принцип виключення, тобто практично всі індивіди можуть користуватися всіма вигодами суспільних благ [2, с. 67, 68] Для суспільних благ притаманними є дві властивості: збільшення кількості споживачів блага не призводить до зниження корисності, що надається кожному з них (несуперництво у споживанні); обмеження доступу споживачів до таких благ практично є неможливим (невиключеність) [22, с. 37] | Ш.Бланкарт Л.Якобсон |
| 11. | Громадськими благами називають такі блага, споживання яких неможливо обмежити лише для осіб, що платять за них [23, с. 532] На громадські блага не поширюється принцип виключення і більшість громадських благ є неподільними. Відсутність конкуренції у споживанні громадських благ означає, що споживання їх одними особами не впливає на рівень їх споживання іншими [1, с. 205] | О.Ястремський, О.Гриценко С.Панчишин, П.Острроверх |
| 12. | Суспільні блага – товари і послуги, до яких не можна застосувати принцип виключення і які забезпечуються державою, якщо їх виробництво приносить вигоди суспільству [26, р. 165]; Суспільні блага – блага, кожна одиниця яких обов'язково споживається будь-ким і ніхто не може бути виключеним зі споживання [25, р. 455; 27, р. 51; 29, р. 873; 30, р. 637]; Суспільні блага – блага, до яких мають доступ багато споживачів, але жодне благо не може бути спожите окремими споживачами, дуже важко запобігти тому, щоб їх не споживали інші [24, р. 111; 28, р. 605] | C.L.McConnell, W.H.Pope, M.Parkin, R.Bade, R.G.Lipsey, D.D.Purvis, P.O.Steiner, R.S.Pindyck, D.L.Rubinfield, E.G.Dolan, D.E.Lindsey, L.G.Reynolds, L.J.Truett, D.B.Truett |

У даному випадку група дослідників акцентує увагу на здатності суспільних товарів задовольняти суспільні потреби та атрибутивні властивості, що стосуються можливостей доступу споживачів до такого роду товарів.

Дехто з науковців ототожнює суспільні товари із суспільними фондами споживання, до яких зараховують „товари і послуги, що надаються державою її громадянам на рівних засадах” [6, с. 568; 18, с. 224]. Водночас такий підхід має

певні недоліки, оскільки тут вказують на те, що суспільні фонди споживання є товарами і послугами, суб'єктом, який може їх надавати є держава, хоча не можна вважати такі поняття як держава і суспільство загалом синонімами. Крім того, користувачами суспільних благ можуть бути громадяни іншої держави, бо суспільним товарам є притаманною невиключеність у споживанні. З нашої точки зору таке трактування суспільних товарів є некоректним, оскільки воно не чітко визначає їх найхарактерніші ознаки, отже і сутність.

В окремих дослідженнях через акцентування уваги на найважливіших ознаках суспільних товарів вказується, що вони виробляються для задоволення потреб певної групи людей. Відповідно для таких суспільних благ (або товарів) можна використовувати як альтернативу поняття групові (колективні) блага (чи товари). Зокрема, таку позицію відстоює М.Олсон, який зазначає, що більшість колективних благ можна визначити стосовно певної специфічної групи; одне колективне благо отримує одна група людей, інше колективне благо – інша група; одне може приносити користь усьому світу, інше лише двом визначеним особам [14, с. 62]. Такий підхід обумовлений тим, що однією з передумов створення і функціонування організації є забезпечення їх членів колективними благами, але сама їхня природа є різною. Ш.Бланкарт як альтернативу пропонує використовувати поняття „платних суспільних благ” [2, с. 72], оскільки принципи виключення і відсутність суперництва при використанні є їх важливими внутрішніми характеристиками. Особливістю надання таких благ є те, що існує певна монополія з боку державних установ і організацій на їх споживання і це дозволяє встановлювати ціну.

Логіка такого підходу є цілком очевидною, оскільки для певної групи осіб, які є користувачами суспільних благ, будуть враховуватися і неконкурентність і невиключеність у споживанні. Але ми дотримуємося такої точки зору, що двоє і більше осіб у своїй взаємодії в організації творять певний соціум, тому потрібно використовувати прикметник „суспільний” замість „колективний” чи „клубний” при розгляді сутності таких благ (товарів).

На основі аналізу категорії суспільне благо провідними вітчизняними і зарубіжними вченими-економістами доцільно запропонувати авторський підхід до її розуміння. Будемо вважати, що суспільне благо – це все те, що задовольняє потреби людей і володіє такими властивостями як невиключеність та неконкурентність у споживанні. Згідно з таким тлумаченням і поділом самих благ на дві групи щодо можливостей їх одержання вважаємо, що потрібно виокремлювати суспільні економічні блага (товари) та суспільні позаекономічні блага.

Зокрема, Ш.Бланкарт пропонує розглядати суспільні блага під кутом зору їх споживання як наявні і новостворені [2, с. 70]. Використання вже існуючих суспільних благ в умовах ринку означає, що за інших рівних умов, споживачі їх одержують за нульовою ціною, граничні витрати також будуть дорівнювати нулеві. У такому разі їх споживання не передбачає залучення економічних ресурсів до їх виробництва, пошуку джерел фінансування, визначення обсягів. І такі існуючі суспільні блага, на нашу думку, будуть мати до певної міри позаекономічну природу. Для новостворених суспільних благ потрібні такі складові як організація виробництва і технологія, що обумовлює виникнення витрат і пошук механізмів стягнення плати за їх створення у потенційних споживачів. Тому такого роду суспільні блага містять економічну складову, їх можна вважати суспільними економічними благами.

Подібну думку висловлює і В.Мортіков, який зазначає, що деякі суспільні блага є неекономічними, даними від природи (вода морів, річок, повітря, природні багатства морів, океанів), але потім частина цих благ стає економічною: для їх відтворення потрібні кошти, певна економічна діяльність [11, с. 66]. У [9, с. 414] здійснено виокремлення ознак, за якими економічні блага поділяються на приватні і суспільні, що додатково підтверджує наші припущення щодо існування суспільних економічних благ (товарів) і суспільних позаекономічних благ.

Суспільний товар (суспільне економічне благо) – це благо, яке має здатність задовольняти потреби у ньому інших людей, підпадає під процеси обміну, є результатом виробництва і володіє такими властивостями як невиключеність і неконкурентність у споживанні. Для суспільних товарів обмін опосередковується різними чинниками. Виробництво суспільних товарів може здійснювати як держава, так і інші суб'єкти господарювання. Як зазначає М.Олсон, держава – це насамперед організація, яка надає суспільні блага своїм членам, громадянам; інші типи організацій також забезпечують колективними благами своїх членів [14, с. 24]. Опираючись на наше тлумачення цієї економічної категорії, варто зазначити, що кошти, необхідні для виробництва суспільних товарів, держава одержує через сплату суб'єктами господарювання податків та інших обов'язкових платежів чи у вигляді трансферів, а домогосподарства і фірми – через філантропічну діяльність, благодійництво тощо.

Тому необхідно визначити співвідношення між собою таких економічних категорій як суспільне благо і суспільний товар (рис. 1). Для суспільних товарів однією з особливостей є практична відсутність системи, яка би до певної міри обмежувала споживання таких товарів для тих чи інших осіб. Тому П.Семюелсон і В.Д.Нордгауз зазначають, що суспільні товари – це товари, вигода від яких неподільно поширюється на все суспільство, незалежно від того, чи бажають окремі індивіди купувати цей суспільний товар [19, с. 424]. Природа суспільного товару зумовлює те, що його „придбання” одним з потенційних покупців не зменшує можливостей інших щодо споживання.

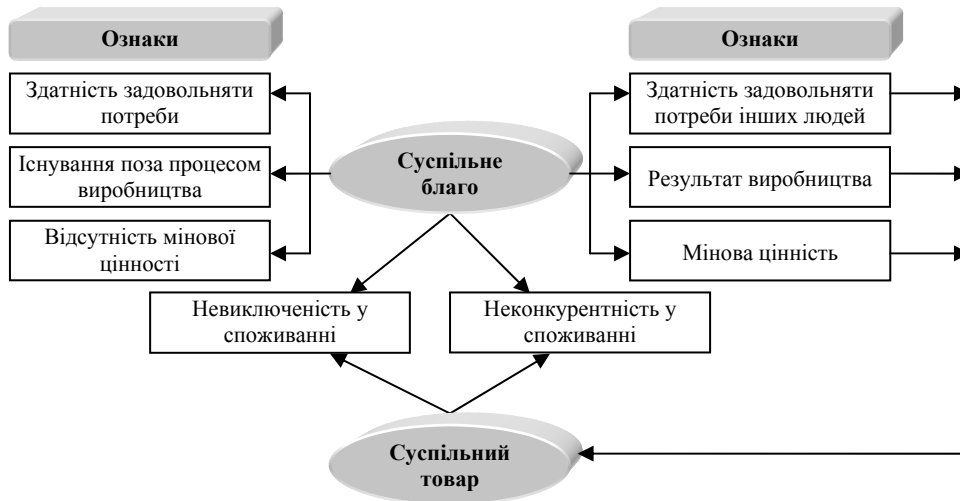


Рис. 1. Взаємозв'язок економічних категорій „суспільне благо” і „суспільний товар”

Для такого товару ринкова ціна не є „фільтром”, який дозволяє виокремити покупців, які мають бажання і можливості його купити, від тих, у кого є бажання, але не має відповідних можливостей. До того ж ринкова ціна суспільного товару не сигналізує приватним виробникам про їх можливі вигоди від його продажу. Іншими словами ціна для суспільного товару не виконує нормувальної функції, а також з належним рівнем інформаційної та стимулювальної.

Водночас на рис. 1 зазначено, що суспільний товар як і всі інші товари має двоїсту природу, володіючи такою властивістю як мінова цінність. Це означає, що ціна суспільного товару визначається на основі витрат виробництва. Проте втручання держави у процес виробництва суспільних товарів через пошук джерел фінансування та залучення ресурсів, визначення його кількісних параметрів може призводити або до надмірних витрат, або до їх недооцінки у порівнянні зі „здоровим” функціонуванням ринкового механізму.

Із суспільними товарами пов'язана концепція „бажаних” (меріторних, merit goods) товарів, яка сформульована Р.Масгрейвом. В основі такого методологічного підходу є припущення, що в межах національної економіки існують громадські потреби, забезпечення частини з них пов'язане з виконанням людьми громадських обов'язків, „незважаючи навіть на те, що їхні особисті уподобання не диктують такої підтримки” [3, с. 38]. Проте, на нашу думку, термін „бажаний” має суб'єктивне наповнення, він абстрактний і не категоричний. Це зумовлює необхідність у визначенні і відповідно побудови системи критеріїв, за якими одна громадська потреба буде вважатися „бажаною”, а інша „небажаною”. Наслідком цього можуть бути маніпулювання під час ухвалення рішень про задоволення тих чи інших громадських потреб, неефективний розподіл акумульованих коштів. Тому вважаємо, що у даному випадку слід уникати такої багатозначності, дуже обмежено використовувати саме поняття „бажаних товарів” і акцентувати увагу все ж таки на суспільному характері споживання.

Окрім того, споживачі неявно оплачують купівлю суспільного товару, через що доволі важко виявити тих, хто не розраховується за нього. Тому для суспільних товарів виникає проблема, відома в економічній науці під назвою „проблема безбілетника” („фрі райдера”, „free rider”). Для виробників суспільних товарів це означає, що вони недоодержують потрібну кількість асигнувань, які потрібні для придбання економічних ресурсів і залучення їх у процес виробництва, погіршення якісних параметрів і невдоволення кінцевих споживачів. Також в національній економіці відбувається несправедливий перерозподіл доходів між споживачами суспільних товарів, оскільки більший фінансовий тягар покладається на тих, хто платить за них. Тому дії „безбілетника” входять у суперечність з етичними, суспільними, груповими нормами поведінки, національним і міжнародним законодавством; ухиляння від сплати податку означає виникнення екстерналій, які зазнають всі інші споживачі суспільного блага [11, с. 67].

Водночас варто відзначити те, що не всі товари, виробником яких є держава можна вважати суспільними, бо не кожен з них характеризується або невиключеністю, або неконкурентністю у споживанні. Тоді для таких суспільних товарів застосовується прикметник „змішані” або „квасисуспільні” [2, с. 78; 8, с. 649; 9, с. 414; 15, с. 332; 16, с. 384; 17, с. 428]. Такі змішані суспільні (квасисуспільні) товари можна розділити на одиниці споживання і застосувати систему нормування, що передбачає або:

визначення черговості одержання даного товару кожним бажаючим;

його стандартизацію, що фактично нехтує відмінностями у потребах і відповідно диференціацією за різними складовими (зокрема, за часом, за смаками і вподобаннями, за доходами тощо);

одночасно два попередні випадки.

Якщо держава або інша організація не прагне застосовувати таку систему обмеження споживання змішаних суспільних товарів, тоді це відбувається за допомогою ринкового механізму. Однією з потенційних загроз у цьому разі є те, що в національній економіці спостерігатимуться недостатні обсяги споживання змішаних суспільних товарів. Це означає, що суспільна вигода від споживання товарів перевищує вигоди приватних виробників, і загалом потрібно зважати на ширше коло „покупців”. У такому випадку в національній економіці відбувається порівняння суспільної корисності і суспільних витрат для такої групи товарів та ухвалюється рішення щодо їх виробництва саме державою. З її боку можливий і варіант щодо використання різних засобів державного регулювання з метою стимулювання виробництва суспільних товарів приватними фірмами: або через систему державних замовлень, або через надання субсидій та дотацій, або інші механізми.

Водночас деякі науковці доволі критично ставляться до такого поняття як суспільні блага, що обумовлене тим, що поняття „суспільний” і „державний” західними авторами зазвичай ототожнюється; немає розмежування на економічні, соціальні, юридичні, політичні блага, внаслідок чого класифікація набуває еkleктичного характеру; з'ясування причин надання державою таких благ позбавлене комплексності та політ економічної спрямованості і без урахування наявності у сучасній державі базисних і надбудовних функцій [4, с. 398; 12, с. 451].

У зв'язку з цим вважаємо, що потрібно визначити ознаки, за якими можна здійснити класифікацію суспільних товарів. В основі їх виокремлення є загальні підходи щодо кількісного та якісного поєднання економічних ресурсів, технології та організації виробництва суспільних товарів, локалізації їх споживання тощо. Тому за засобами задоволення суспільні товари можуть бути матеріальними і нематеріальними; за характером виникнення – первинними і вторинними; за наявністю – вже існуючі (вимагають коштів для підтримки їх у належному стані) та ті, які потрібно виробити; за нагальністю задоволення – першочергові та другорядні; за видами економічної діяльності – охорона здоров'я, освіта, національна оборона; культура і мистецтво, охорона навколишнього природного середовища тощо; за географічною (просторовою) ознакою – колективні, локальні, регіональні, національні, міжнародні і світові; за виробниками – держава і приватні підприємці; за джерелами фінансування – державний і місцеві бюджети, кошти підприємців, об'єднання громадян тощо.

Деяко вужча класифікація суспільних товарів запропонована у [8, с. 649], що зумовлене орієнтацією їх виробництва лише для задоволення певної групи людей, які мають різне розміщення у просторі. Проте ґрунтовно ці теоретичні узагальнення проаналізовано у [10], автором запропоновано оригінальне трактування сутності локальних благ та їх різновидів. Якщо ці групи мають просторову локалізацію, тоді, на думку науковців, існують міжнародні, національні, регіональні, локальні суспільні блага; якщо ж не мають, тоді вони є просто груповими (колективними) благами. Такі бачення побудовані на концепції „зон поширення вигоди” від споживання суспільних товарів і необхідності

встановлення відповідальності за їх забезпечення. Тому, як зауважує Р. Масгрейва, суспільні блага і послуги, користь від яких має все населення країни, повинні забезпечуватися і оплачуватися централізовано, тоді як ті, що поширюються тільки на якийсь певний регіон, мають забезпечуватися на місцевому рівні [3, с. 105]. По переваги і слабину фінансування та виробництва суспільних товарів на локальному та національному рівнях вказує і Дж. Стігліц [20, с. 759], що також пов'язане з необхідністю їх ліпшого задоволення та забезпечення потреб. З нашої точки зору, такий підхід бере до уваги лише один з можливих критеріїв, що не дозволяє з достатнім ступенем повноти аналізувати особливості залучення економічних ресурсів до виробництва суспільних товарів, спосіб задоволення, рівень нагальності потреби тощо. Тому вважаємо, що при вивченні теорії суспільних товарів доцільно застосовувати багатокритеріальний підхід і виокремлювати різні класифікаційні ознаки.

Таким чином, в економічній науці упродовж багатьох років відбувається формування та удосконалення її категоріального апарату, що призводить до розширення спектру пізнання різних господарських явищ і процесів, виявлення усієї сукупності взаємозв'язків і взаємозалежностей між ними та створення абстрактної картини економічного буття, яка адекватна реальності. Серед економічних категорій вважаємо за необхідне розрізняти між собою такі поняття як „суспільне благо” і „суспільний товар”. Наше дослідження виявило, що ці два терміни є взаємопов'язаними між собою і доповнюють один одного. На нашу думку, економічна категорія „суспільне благо” має більше змістовного наповнення у порівнянні із поняттям „суспільний товар”, оскільки останнє є її складовою частиною. Необхідність розрізнення цих економічних категорій обумовлена тим, що при виробництві суспільних товарів використовуються економічні ресурси, акумулюються грошові кошти та відбувається їх розподіл, у той час як задоволення потреб у деяких суспільних благах не спонукає до здійснення будь-якої господарської діяльності і відповідно не вимагає пошуку джерел фінансування. При вивченні природи суспільних товарів, на нашу думку, потрібно здійснити їх класифікацію за різними критеріями, що дозволить згрупувати їх за видами, краще визначати попит на них, раціональніше підходити до використання ресурсів та визначення витрат.

1. Аналітична економія: макроекономіка і мікроекономіка: Навч. посіб.: У 2 кн. – Кн. 1. Вступ до аналітичної економії. Макроекономіка / [С.М.Панчишин, П. І. Островерх, З. Г. Ватаманюк, О. З. Ватаманюк та ін.]; За ред. С. Панчишина і П. Островерха. – К.: Знання, 2006. – 723 с.
2. Бланкарт Ш. Державні фінанси в умовах демократії: Вступ до фінансової науки / Ш. Бланкарт / Пер. з нім С. І. Терещенко та О. О. Терещенко; Передмова та наук. редагування В. М. Федосова. – К.: Либідь, 2000. – 654 с.
3. 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.
4. Економічна енциклопедія / [під ред. С. В. Мочерного]. – К.: Видавничий центр „Академія”, 2000. – У 3-х т. – Т. 2.
5. Економічна теорія: Політекономія: Підручник / [В. Д. Базилевич, В.М.Попов, К. С. Базилевич, Н. І. Гражевська]; за ред. В. Д. Базилевича. – 7-ме вид., стер. – К.: Знання-Прес, 2008. – 719 с.

6. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера / [під ред. Р. Дяківа]. – К.: Міжнародна економічна фундація, 2000. – 705 с.
7. Мікроекономіка і макроекономіка: Підручник / [С. Будаговська, О.Кілієвич, І. Луніна та ін.]; за заг. ред. С. Будаговської. – К.: Вид-во Соломії Павличко „Основи”, 2003. – 517 с.
8. Мікроекономіка: Підручник / [В.Д. Базилевич, К.С. Базилевич, А.І.Ігнатюк, С.В. Слухай]; за ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання, 2007. – 677 с.
9. Мікроекономічна теорія: Навч. посібник / [Г. І. Башнянин, О. В. Щедра, І.В.Бойчук, П. Ю. Буряк, О. Д. Вовчак]; за ред. д.е.н., проф. Г. І. Башнянина і к.е.н. О. В. Щедрої. – Львів: Новий Світ – 2000, 2007. – 640 с.
10. Мортіков В. До питання про сутність локальних суспільних благ / В.Мортіков // Економіка України. – 2007. – № 3. – С. 68-74.
11. Мортіков В. Фігура фрірайдера в сучасній економіці / В. Мортіков // Економіка України. – 2009. – № 3. – С. 65-73.
12. Мочерний С. В. Політична економія / С. В. Мочерний, Я. С. Мочерна. – К.: Знання, 2007. – 684 с.
13. Нуреев Р. М. Курс мікроекономіки: учебник / Р. М. Нуреев. – М.: Норма, 2008. – 576 с.
14. Олсон М. Логіка колективної дії. Суспільні блага і теорія груп / М. Олсон. – К.: Лібра, 2004. – 271 с.
15. Основи економічної теорії: Підручник / [В. Г. Федоренко, Ю.М. Ніколенко, О. М. Діденко, М. П. Денисенко, М. М. Руженський]; за наук. ред. проф. В.Г. Федоренка. – К.: Алеута, 2005. – 511 с.
16. Основи економічної теорії: Підручник / [Л. С. Шевченко, О. А. Гриценко, Т. М. Камінська, С. М. Макуха, В. В. Броницька та ін.]; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Л. С. Шевченко. – Х.: Право, 2008. – 448 с.
17. Основи економічної теорії: Підручник / [О. О. Мамалуй, О. А. Гриценко, Л.В. Гриценко, Г. Ю. Дарнопих, В. В. Довбня]; за заг. ред. О. О. Мамалуя. – К.: Юрінком Інтер, 2003. – 480 с.
18. Райзберг Б. А., Лозовський Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовський, Е.Б.Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 479 с.
19. Семюелсон П. А. Мікроекономіка / П. А.Семюелсон, В. Д. Нордгауз. – К.: Основи, 1998. – 676 с.
20. Стігліц Дж. Е. Економіка державного сектора / Дж. Е. Стігліц / Пер. з англ. А. Олійник, Р.Скільський. – К.: Основи, 1998. – 854 с.
21. Экономическая энциклопедия / [гл. ред. Л. И. Абалкин]. – М.: ОАО „Издательство „Экономика”, 1999. – 1055 с.
22. Якобсон Л. И. Экономика общественного сектора: Основы теории государственных финансов: Учебник для вузов / Л. И. Якобсон. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 319 с.
23. Ястремський О. І. Основи мікроекономіки / О. І. Ястремський, О.Г.Гриценко. – К.: Товариство „Знання”, КОО, 1998. – 714 с.
24. Dolan E. G. Economics / E. G. Dolan, D. E. Lindsey. – Chicago, New-York, San-Francisco, Philadelphia, Montreal, Toronto, London, Sydney, Tokyo: The Dryden Press, 1988.
25. Lipsey R. G. Economics / R. G. Lipsey, D. D. Purvis, P. O. Steiner. – Harper Collins Publishers, 1991.
26. McConnell C. L. Economics. Principles, Problems and Policies / C.L.McConnell, W. H Pope. – McGraw – Hill Ryerson Limited. Forth Canadian Edition, 1987.
27. Parkin M. Economics. Canada in the global environment / M. Parkin, R. Bade. – Addison – Wesley Publishers Limited, 1991.

28. Pindyck R. S. Microeconomics / R. S. Pindyck, D. L. Rubinfeld. – New-York, Oxford, Singapore, Sydney: Maxwell McMillan International, 1992.
29. Reynolds L. G. Economics. A General Introduction. – Homewood, Illinois: Irwin, 1988.
30. Truett L. J. Economics / L. J. Truett, D. B. Truett. – St.Louis, Toronto, Santa Clara: Times Mirror/Mosby College Publishing, 1987.

PUBLIC GOOD AS ECONOMICAL CATEGORY

M.Kichurchak¹

*The Ivan Franko National University of Lviv
Svobody Ave., 18, Lviv, 79008
E-mail: Marianna_Kichurchak @ ukr.net*

Investigation of understanding essence such economic category as public goods is devoted the article. The author has analyzed interpretation economic category “public goods” by well-known Ukrainian and foreign scientists, has systematized their advanced ideas and has suggested own definition this notion.

Key words: good, public goods, mixed public good, free-rider problem

ОБЩЕСТВЕННЫЙ ТОВАР КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

Марианна Кичурчак

*Львовский национальный университет имени Ивана Франка
79008, г. Львов, просп. Свободы, 18
E-mail: Marianna_Kichurchak @ ukr.net*

В статье рассмотрено подходы к пониманию сущности такой экономической категории как общественный товар. Автор проанализировала трактовки экономической категории „общественный товар” известными украинскими и зарубежными учёными, систематизировала их взгляды и предложила собственное определение этого понятия.

Ключевые слова: благо, товар, общественный товар, общественное благо, квазиобщественные товары, проблема „безбилетника”.