

## **Результаты труда в культуре**

Можно развести конечный общественно значимый результат (социальный эффект) культуры, который не поддается прямому измерению, и непосредственный результат деятельности организаций культуры — продукт. Так, для театра непосредственным результатом деятельности является спектакль, для концертной организации — концерт, для цирка — представление, для кинотеатра — сеанс, для библиотеки — выдача книг, периодических изданий, оказание информационных услуг.

## **Культурное благо как непосредственный результат деятельности организаций культуры. Типологии культурных благ.**

**Культурное благо** — это разновидность экономического блага, созданного в результате культурной деятельности людей.

### **Теория общественных благ (П. Вейсброд и др.)**

Различные культурные блага классифицируют в соответствии с признаками неисключаемости и несоперничества (отсутствие конкуренции) в потреблении.

Неисключаемость — невозможность помешать индивидам использовать благо, ограничить их доступ к благам.

Несоперничество в потреблении — потребление благ одним человеком не уменьшает возможности их применения другим.

В соответствии с этими признаками выделяют общественные и частные блага.

Общественное (социальное) благо — благо, потребляемое одним лицом и остающееся доступным для потребления другими лицами.

**Частное благо** — благо, которое потребляется одним лицом и не может быть одновременно потреблено другим лицом.

### **Концепция мериторных благ (меритория)**

Термин мериторные блага («merit goods») был введен Ричардом Масгрейвом более 50 лет назад. Понятие меритория непосредственно вытекает из общественных интересов, которые не проявляются в индивидуальных предпочтениях.

Мериторными называются блага, спрос на которые со стороны частных лиц отстает от «желаемого обществом» и стимулируется государством.

### **Концепция экономической социодинамики (Р. С. Гринберг, А. Я.**

### **Рубинштейн).**

Эта концепция основана на допущении того, что существует интерес, который не представлен ни одной из индивидуальных функций полезности {несводимость потребностей). Феномен несводимости разделен на два позитивных свойства: социальная полезность благ и индивидуальная полезность благ. Авторами обоснован принцип комплементарности (взаимодополняемости) индивидуальных предпочтений и социальных интересов. В основу типологии культурных благ положены признаки индивидуальной и социальной полезности, а также свойство коммунальное™, соединяющее в себе признаки неключаемости и несоперничества в потреблении. В результате получена следующая типология культурных благ.

- Частное благо (обладает индивидуальной полезностью).
- Общественное (социальное) благо (обладает социальной полезностью).
- Коммунальное благо (обладает индивидуальной полезностью и коммунальностью в потреблении).
- Смешанное благо (обладает индивидуальной и социальной полезностью)

Смешанное коммунальное благо (обладает индивидуальной и социальной полезностью, а также коммунальностью в потреблении).

Подавляющая часть продуктов культуры существует в виде смешанных и смешанных коммунальных благ, обладающих одновременно индивидуальной и социальной полезностью, а также социальных благ, имеющих лишь социальную полезность. Производство и потребление таких благ обязано поддерживать государство.

### **Услуга — основная форма культурного блага**

Услуга культуры — культурное благо, целесообразная деятельность, существующая в форме полезного эффекта труда в сфере культуры.

Особенностями услуг культуры являются:

- — нематериальный характер производимого эффекта;
- — активное участие потребителя в производстве услуг;
- — воздействие эффекта от услуги на личность потребителя;
- — пространственно-временная локализация услуг.

### **Характеристика услуг культуры как интеграция свойств самого продукта и условий его потребления.**

Взаимосвязь и взаимодополняемость различных услуг культуры. Взаимозаменяемость услуг культуры только при дефиците предложения или для случайного, «неразборчивого» потребителя.

**Доступность услуг культуры:**

- — физическая — возможность получения определенных услуг культуры или их комплекса в конкретном регионе (населенном пункте);
- — территориальная и временная — приближенность организаций (услуг) культуры к месту жительства; время, затраченное на дорогу и потребление услуг культуры;
- — экономическая — возможность потребления услуг культуры при сложившемся уровне цен и доходов населения; «интеллектуальная» — уровень художественного вкуса, эстетического развития индивида;
- — информационная — наличие информации об организациях и услугах культуры.