

MPRA

Munich Personal RePEc Archive

The Theoretical Aspects of Category “Discommodity”

Petrushchak, Bohdan

Ivan Franko National University, Faculty of Economics

5 May 2008

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/28282/>

MPRA Paper No. 28282, posted 21 Jan 2011 20:14 UTC

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КАТЕГОРІЇ “АНТИБЛАГО”

Б. Петрушак

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Університетська 1, м. Львів, 79000*

Антиблаго – економічна категорія, характер якої визначають товари і послуги, що приносять від’ємну корисність, тобто антикорисність. Поширення і збільшення обсягів виробництва і споживання антиблаг приносить однозначну шкоду як окремим людям, що є їх споживачами, так і суспільству в цілому, що проявляється у занепаді моралі, збільшенні числа злочинів, вчинених унаслідок впливу антиблаг та підвищенні смертності.

Ключові слова: антиблаго, антикорисність, непродуктивні видатки, абстрактні потреби, девіантна поведінка.

У сучасній економічній теорії проблема повного задоволення потреб стоїть поряд із іншою проблемою, а саме, проблемою обмеженості ресурсів. З огляду на це існує необхідність повної зайнятості ресурсів і, звісно ж, досягнення при цьому розподільної та виробничої ефективності.

Звернімо свою увагу саме на аспект розподільної ефективності. Під розподільною ефективністю розуміють, що ресурси залучені до виробництва саме тих товарів і послуг, які найбажаніші і найбільш потрібні для суспільства в даний час. Однак в межах національної економіки виробляється велика кількість товарів і послуг (як у межах легальної, так і в межах “тіньової” економіки), необхідність виробництва і споживання яких варто було б переглянути. Це насамперед виробництво алкоголю, тютюнових виробів, наркотичних речовин тощо. Звертаючи увагу на значне поширення нездорового способу життя, що в свою чергу є однією із причин несприятливих демографічних процесів, свідченням яких є майже нульові темпи природного приросту населення, проблема антиблаг як одного з основних складових нездорового способу життя є ще більш важливою. Потребує детального розгляду вплив антиблаг на ринкову пропозицію робочої сили, тут мається на увазі інтегральний вплив всіх шкідливих товарів і послуг, які розглянемо у класифікації антиблаг, на якість і кількість працездатного населення в межах національної економіки.

Характерною особливістю, притаманною ринкам антиблаг, є збільшення обсягів виробництва і споживання. Наприклад, обсяг виробництва самої лиш горілки у 2007 році порівняно з 2006 роком зріс на 8,1% [7, с.60]. Виникає логічне запитання, яку користь, крім податкових надходжень і додатково створених робочих місць, приносить виробництво і споживання антиблаг, і чи не можна було б спрямувати ці додатково залучені ресурси до виробництва більш потрібних суспільству товарів і послуг.

Проблема “антиблага” досить широко висвітлена в іноземній економічній думці, над нею в різний час працювали такі класики як В. С. Джевонс, Дж. Бентам, Р. Дженінгс і Г. Маклеод. Тема не набула належного наукового висвітлення у працях сучасних українських економістів, за винятком хіба економістів старшої генерації – М. І. Туган-Барановського, А. Я. Антоновича, Р. М. Орженцького та інших вчених, які хоч і не були економістами, проте висловлювали свої погляди відносно антиблаг з позицій суміжних наук, зокрема філософії, правознавства; сюди слід віднести П. Юркевича, І. Франка.

З останніх публікацій, присвячених цій тематиці, слід згадати статті Г. Мерка з Зігенського університету (Німеччина) – “Чи є антиблага?”, “Що є антиблагами?”, а також публікацію його колеги Д. Бюгеманн “До визначення антиблаг”.

Враховуючи предметну обмеженість дослідження, мабуть недоцільно говорити про ту шкоду, яку приносить споживання подібних товарів і послуг організмові людини у фізіологічному аспекті та все ж таки, чому люди, розуміючи негативні наслідки, споживають такі товари. У процесі дослідження постараємося зрозуміти суб’єктивні мотиви поведінки, якими керуються покупці, споживаючи антиблага.

З погляду теорії граничної корисності товар на ринку купують тому, що для покупця цей товар має цінність. Оскільки основою цінності є суб’єктивна оцінка товару покупцем, характер отриманої корисності може бути усвідомлений лише кожним покупцем особисто. М. І. Туган-Барановський, розглядаючи питання цінності, говорить про суб’єктивну господарську цінність тоді, коли питання цінності відноситься до будь-якої окремої особи, а також про об’єктивну цінність тоді, коли ми відволікаємося від психології окремої особи, а розглядаємо її з точки зору об’єктивних результатів [13, с. 87]. Розглядаючи категорію антиблага, ми старалися абстрагуватися від психології окремої людини і аналізувати антиблага з точки зору тієї об’єктивної шкоди, яку воно приносить окремій людині, що може і не усвідомлювати тієї шкоди (для курця, наприклад, сигарета є швидше благом, ніж навпаки).

Історично першим, хто розглядав поняття корисності, був англійський філософ Дж. Бентам – засновник етики утилітаризму (філософії корисності) – одного з напрямків англійської філософії, який разом з позитивізмом у гносеології став підґрунтям маржиналізму [4, с. 100]. У своїй філософії корисності Дж. Бентам розвинув ідею зіставлення ступенів задоволення щодо споживання певних благ, а також порівняння корисності оплати праці з обтяжливістю. Дж. Бентам оперував поняттями “насолота” і “страждання” [14, с. 709–710].

Йдучи шляхом Бентама, Р. Дженінгс у 1865 році висунув принцип спадної граничної корисності у формі “закону про зміну відчуттів”, суть якого полягає у тому, що в міру насичення благом насолота поступово заміщується стражданням. Г. Маклеод у 1858 році фактично випередив у своєму трактуванні нульової і від’ємної цінності поняття “антитовару” та “антикорисності” В. С. Джевонса [2, с. 275].

В. С. Джевонс – один із основоположників суб’єктивної теорії корисності – запровадив у науковий обіг термін “антитовар”. У своїй праці “Теорія політичної економії” (1871 р.) він подає класифікацію матеріальних благ, згідно з якою виділяє: товари – речі або дії, що приносять корисність або запобігають стражданням; нетовари – предмети або послуги, що не приносять ні того, ні іншого, та антитовари – предмети або дії, які приносять від’ємну корисність і тому їх необхідно позбутися [5, с. 53].

Теоретичною основою для виділення Джевонсом категорій “антитовар” (discommodity) і “антикорисність” (disutility) були праці англійських філософів Дж. Бентама, Р. Дженінгса і Г. Маклеода; навіть сам В. С. Джевонс стверджував, що це були автори “з яких більш, чи менш розвивалася моя теорія” [2, с. 275].

Видатний український філософ ХІХ ст. П. Юркевич, розглядаючи моральні дії і вчинки та вплив на їх виконання (чи невиконання) “вільної волі”, вказує на її обов’язковий елемент – переконання. Він наводить приклад: “...коли ми здійснили вперше якесь бажання, то внаслідок отримуємо або приємне, або неприємне відчуття; коли ми матимемо можливість здійснити це бажання вдруге, то ми або приймаємо його або ні. Тому бажання ми піддаємо оцінці, а правила, за якими ми їх оцінюємо, стають нашими практичними принципами” [15, с. 187-199]. Тобто, на думку П. Юркевича, вибір благ залежить від переконання людини щодо того є благо добрим чи поганим, це переконання є для людини об’єктивною дійсністю, набутою емпірично. Він зокрема стверджує: “... хутко переконуємося, що вести знайомство з поганими людьми не годиться, вживати спиртні напої шкідливо і т. п. Ці правила людської волі ніхто не дає, а вона сама встановлює їх для себе” [15, с. 193].

З українських економістів одним із перших, хто звернув увагу на неоднозначний характер корисності, був А. Я. Антонович, який належав до Київської школи. У своїй книзі “Теорія цінності. Критико-економічне дослідження” він розглянув різні точки зору на цінність, вказуючи на те, що вона може бути трактована і як благо, і як зло. На його думку, все залежить від насиченості потребами і від того, наскільки цінність відповідає своєму призначенню [6, с. 211].

Інший представник Київської політекономічної школи Р. Орженцький, розглядаючи проблему цінності, стверджував, що цінність буде позитивною, коли присутність і дія об’єкта супроводжується в нас почуттям задоволення або їх відсутність викликає страждання: такі об’єкти ми називаємо благами. Якщо присутність або дія об’єкта пов’язані для нас із стражданнями, а відсутність викликає задоволення, цінність об’єкта буде негативною [6, с. 217]. Цікаво зауважити, що до найвищих благ вчений зараховував інтелектуальні цінності, надіючись на той час, коли вони переважатимуть у системі людських потреб.

В останні роки ХІХ ст. М. І. Туган-Барановський опублікував низку праць, у яких розглянув людські мотивації та роль соціальних і психологічних чинників в економічному розвитку. Вчений визначає цінність однією з форм категорії волі; те, чого прагне людина є позитивною цінністю, а те, чого уникає – негативною цінністю [13, с. 86]. М. І. Туган-Барановський виділив п’ять груп потреб: 1) фізіологічні потреби у безпосередній підтримці життя й почуття спадковості; 2) статеві потреби; 3) симптоматичні інстинкти і потреби; 4) альтруїстичні потреби; 5) потреби, не основані на практичних інтересах. На думку визначного українського економіста, “... мотиви й інтереси негосподарського роду мали великий вплив на розвиток господарства... люди часто віддавали перевагу не корисному” [13, с. 21]. Тобто під інтересами негосподарського характеру М. І. Туган-Барановський розуміє потреби, в яких немає необхідності, і які є для людини некорисними.

Г. Мерк (Merk) визначає антиблаго, як “все, що перешкоджає вдосконаленню людини, тобто товари і послуги, які рано чи пізно приносять шкоду людині, а також тій частині суспільства до якої ця людина належить” [9, с. 1]. Г. Мерк звертає увагу на відносний характер антиблага, виділяючи при цьому: *відносні антиблага* (*relative Ungüter*), тобто антиблага, які приносять користь, але у певних випадках можуть стати антиблагами; наприклад, для хворого ліки є благом, а для здорового можуть бути антиблагам; *абсолютні антиблага* (*absolute U.*), тобто антиблага, споживання яких у будь-якому випадку приносить шкоду, наприклад сигарети [8, с. 7]. Мерк подає також іншу класифікацію: антиблага, які шкодять душі (порнографія); антиблага, які шкодять тілу (тютюнові вироби) [9, с. 2].

Д. Бюггеманн (Böggemann) подає альтернативні класифікації антиблаг. За формою існування антиблага вона виділяє *уречевлені антиблага* (*sachliche U.*), тобто такі, які можна відчутти на дотик або смак, наприклад сигарети, алкоголь, та *неуречевлені антиблага* (*nichtsachliche U.*), які неможливо відчутти на смак чи дотик [3, с. 5]. За інтенсивністю впливу на організм людини Д. Бюггеманн виділяє три градації антиблага – легке (*leichtes U.*), помірне (*mäßiges U.*) і важке антиблаго (*schweres U.*). Характерною відмінністю від класифікації антиблаг Г. Мерка за об’єктом, якому воно шкодить, є те, що Д. Бюггеманн виділяє ще антиблага, яке шкодить суспільному порядку (*ordnungs-schädigendes U.*) [3, с. 7].

З погляду сучасної науки, антикорисність – це від’ємна корисність, тобто негативні наслідки, які виникають після споживання антиблага чи внаслідок виконання неприємних видів діяльності; антиблаг – товар або послуга, що не є корисними для споживача [4, с. 47]. В економічній енциклопедії подано також визначення “недостойні блага” – товари або послуги, споживання яких повинно заборонятися або не стимулюватися навіть у випадку прагнення індивідів придбати їх через своє невігластво [4, с. 112]. Терміни “антиблаг” і “недостойні блага” слід розглядати як синоніми. На нашу думку, до числа антиблаг слід віднести:

- алкогольні напої;
- тютюнові вироби;
- наркотичні речовини;
- друковані видання, аудіо- та відеоматеріали, що пропагують насильство, расову нетерпимість, а також матеріали еротичного та порнографічного характеру;
- комп’ютерні і азартні ігри;
- ринок послуг секс-індустрії.

Цікаво зазначити, що Г. Мерк відносить до антиблаг також надгучну диско-музику (*überlaute Diskomusik*), та озоноруйнівні речовини (*ozonzerstörendes Treibgas*) [8, с. 9]; а В. С. Джевонс, говорячи про азартні ігри стверджував, що вони “в довготривалій перспективі є найкращим засобом втрати корисності” [2, с. 305].

Враховуючи аспект відносності антиблага, варто зауважити, що більшість із перелічених антиблаг належать до абсолютних антиблаг, оскільки їх вживання рано чи пізно приносить шкоду. До відносних антиблаг можна віднести значно ширший перелік різних товарів і послуг, які, на перший погляд, не є шкідливими, однак за певних обставин можуть приносити шкоду людині або такі, які одночасно з корисним можуть мати і негативний вплив. Прикладом відносного антиблага може служити мобільний телефон, який з однієї сторони приносить користь як засіб комунікації, проте радіочастотне випромінювання, на якому ґрунтується процес зв’язку, може збільшувати ризик появи ракової пухлини мозку.

“Антиблаг завжди є благом в економічному сенсі і споживається у виді товарів і послуг. Антиблаг має свій ринок, ціноутворення на якому підлягає поясненню в межах економічної теорії”, – стверджує Г. Мерк [8, с. 8]. У межах сучасної економіки сформувалися ринки недостойних благ, які згідно з відповідністю законодавчим нормам можна поділити на дві великі групи – легальні, ті, що регламентуються законодавством і нелегальні (“тіньові”), тобто ринки, господарська діяльність на яких не регламентується законодавством або може заборонятися, наприклад, ринок наркотиків.

Алкогольні напої та тютюнові вироби теж є наркотичними речовинами, однак їх виділення в окрему групу здійснено за тим принципом, що ринки алкоголю і тютюну – це, в основному, легальні ринки, структуру виробництва і динаміку споживання на яких можна простежити, а ринок наркотичних речовин – здебільшого нелегальний ринок.

Проте і цей поділ дещо умовний; не можна ствердно сказати, що, наприклад, весь асортимент алкогольної продукції перебуває у легальному обігу. У даному випадку значною мірою не враховане підпільне виробництво алкоголю, у тому числі і в домашніх умовах. З іншого боку, не можна стверджувати, що, наприклад, послуги ринку секс-індустрії можна отримати тільки у межах “тіньової” економіки, оскільки в деяких країнах, наприклад в Молдові, Туреччині чи Нідерландах, такий вид діяльності як проституція зареєстрований офіційно. На перший погляд, цей факт сприяє зменшенню “тінізації” економіки, але з точки зору моралі він не витримує жодної критики.

Варто виділити категорію непродуктивних витрат – витрат, спрямованих на придбання згаданих вище товарів і послуг, які приносять від’ємну корисність (антикорисність). Чим менше відношення непродуктивних витрат до загального обсягу споживання окремої особи, тим вищий її рівень добробуту. Якщо говорити про рівень добробуту в суспільстві, то він буде тим вищим, чим менше відношення непродуктивних витрат резидентів окремої країни до сукупного обсягу особистих витрат на споживання.

На думку Г. Мерка, добробут (щастя) є відсутністю будь-якого зла (голоду, хвороби, ізолюваності від суспільства тощо) [9, с. 1]. На нашу думку, антиблаг є нічим іншим, як суспільним злом; чим менше антиблага споживається у суспільстві, тим вищий його моральний добробут.

Важко говорити, яку категорію потреб задовольняє споживання недостойних благ. Не пояснює цього і піраміда потреб за Маслоу. Важко також сказати, що вони задовольняють вишукані потреби, але аж ніяк не елементарні. Цілком очевидно, що ці блага за характером задоволення потреб належать до індивідуальних, а за характером засобів задоволення – в основному до матеріальних (якщо йдеться про споживання товарів) і нематеріальних (якщо йдеться про споживання послуг).

На нашу думку, варто виділити ще й категорію абстрактних потреб – це потреби, задоволення яких ніяк не пов’язане з об’єктивною потребою індивіда і ґрунтується на різноманітних внутрішніх спонукальних мотивах та невігластві споживачів, а також на основі підсвідомого прагнення, яке дуже часто є наслідком впливу навколишнього середовища.

Г. Мерк зазначає, що причинами потреб можуть бути свідомі і несвідомі природні прагнення людини (*bewußtes, oder unbewußtes Naturstreben*) [8, с. 5]. Саме несвідомими прагненнями і пояснюється категорія абстрактних потреб, яка найповніше пояснює споживання антиблаг.

Варто зауважити, що поширення у суспільстві таких негативних явищ як алкоголізм, наркоманія, проституція є проявом *девіантної поведінки* (вчинки, діяльність людей чи соціальних груп, які не відповідають

встановленим у суспільстві нормам або визнаним шаблонам і стандартам поведінки). Тут йдеться про негативну девіацію, однією з основних причин якої є явище *аномії* – тобто нехтування або відкидання чинних у суспільстві норм [11, с. 80-82]. На нашу думку, проблема поширення негативної девіантної поведінки особливо тісно пов'язана із розвитком різноманітних молодіжних субкультур, в середовищі яких дуже часто активно ведеться і пропагується нездоровий спосіб життя.

Спробуймо з'ясувати, яку саме шкоду приносить споживання антиблаг для суспільства. Як відомо, будь-яке споживання приносить корисність, питання полягає лише в характері цієї корисності. Скажімо, відвідини людиною театру чи купівля книг приносять безпосередню корисність, як для індивіда, який інвестує у свій “людський” капітал, так і для суспільства в цілому, тому що це підносить рівень культури і моралі. З іншого боку, поширення таких явищ як алкоголізм, тютюнопаління чи наркоманія не може принести нічого іншого крім шкоди (“антикорисності”); крім того, що деградує самі узалеженні особи, нівелюються естетичні цінності в суспільстві, падає рівень моралі, статистикою чого є збільшення кількості злочинів, скоєних в стані алкогольного сп'яніння чи під впливом іншого дурману.

Споживання недостойних благ приносить відповідну антикорисність не лише його безпосереднім споживачам, а й особам, які не залучені до цього процесу, тобто йдеться про негативні екстерналії. Наприклад, за розрахунками деяких вчених, шкідливість “пасивного куріння” для некурця є, можливо, більшою, ніж для курця. Іншим прикладом на побутовому рівні може служити приклад алкоголіка і його сім'ї, яка хоч і безпосередньо не споживає алкоголю, але отримує від нього значні збитки, як в моральному, так і в економічному плані.

На рівні суспільства, як уже зазначалося, прикладом може служити статистика злочинності, спричиненої різними видами сп'яніння, збільшення захворюваності та смертності серед дорослого населення. Очевидно, що держава не повинна ніяким чином підтримувати виробництво, розповсюдження і споживання антиблаг. Для прикладу, у січні-лютому 2008 року вітчизняні виробники алкоголю скоротили випуск лікєро-горілкової продукції на 12 % порівняно з аналогічним періодом попереднього року, причиною послугувало підвищення акцизного збору з 19 гривень за літр спирту до 21 гривні [1, с. 36]. Як бачимо, держава активними адміністративними методами може впливати на обсяги виробництва антиблаг, що у свою чергу матиме позитивний вплив на все суспільство. Однак, таке регулювання має неоднозначний характер, оскільки офіційне зменшення обсягу виробництва алкоголю за незмінного попиту може призвести, по-перше, до підвищення ціни на алкогольні напої, а по-друге, до збільшення пропозиції алкоголю, виготовленого у підпільних умовах, що означає чергові втрати для економіки країни.

Питання акцизної політики належить до юрисдикції права, як різновиду соціальної норми, але крім правових норм існують також моральні соціальні норми. Право тільки сприяє узаконенню моральних норм і принципів, які панують у суспільстві, і по-суті має бути відображенням моральних переконань суспільства. Мораль дає можливість визначити ступінь відповідності власних дій визнаним суспільством уявленням про добро і зло, справедливість і несправедливість. На формування моралі великий вплив мають релігійні переконання людей. Варто зазначити, що кожне релігійне вчення по-своєму трактує споживання недостойних благ, але спільною рисою є загальне несхвалення такого споживання.

Підсумовуючи вище сказане, варто зазначити споживання антиблаг задовольняє абстрактні потреби, які мають неприродне, суб'єктивне походження і ґрунтуються на підсвідомих прагненнях людини, а також нерозумінні об'єктивних наслідків споживання таких товарів. Негативні екстерналії, які є наслідками споживання антиблаг, приносять значну шкоду як окремим особам, так і суспільству в цілому. Збільшення обсягів споживання подібних товарів і послуг свідчить про посилення негативних тенденцій розвитку суспільства, що проявляються у поширенні алкоголізму, тютюнопаління, проституції, збільшенні рівня злочинності тощо. Моральний добробут суспільства передбачає мінімізацію споживання антиблаг, в чому мають бути зацікавленими як окремі особи, так і держава в цілому.

Враховуючи тенденції сучасного суспільного розвитку, необхідно розглядати не тільки шкідливий вплив антиблаг на окремих індивідів та суспільство у фізіологічному та моральному аспектах, але і приділяти значну увагу економічним наслідкам цієї проблеми. М. Блауг, аналізуючи розвиток маржиналізму, пише: “Розглядаючи терміни “корисність” і “антикорисність” або “обтяжливість”, негайно виникає питання, чи система вільного підприємництва дозволяє так використовувати ресурси для задоволення потреб, щоб забезпечити суспільству перевищення корисності над обтяжливістю” [2, с. 277]. На нашу думку, ринкова економіка не завжди ефективно виконує це завдання. Логічно припустити, що держава має взяти на себе роль регулюючого чинника, який повинен проявлятися, насамперед, в галузі законодавства, яке б регулювало ринки антиблаг і встановлювало жорсткі міри покарання за його порушення, а також в галузі ідеології, основним завданням якої має бути виховання здорової та культурної нації. Тому, на нашу думку, теоретичне обґрунтування проблеми “антиблаг” повинно зайняти належне місце в науковій літературі.

1. Алкоголь. Тенденції //Контракти. – 2008. – №13. – С.36.

2. Блауг М. Економічна теорія в ретроспективі / Пер. з англ. І. Дзюб. – К.: “Основи”, 2001. – 670 с.

3. Böggemann D. Zur Definition der Ungüter? // www.uni-siegen.de. – S. 10.

4. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1/Редкол.: С.В. Мочерний та ін. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2000. – 864 с.
5. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 2/Редкол.: С.В. Мочерний та ін. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2001. – 848 с.
6. Злупко С. М. Економічна думка України: Навчальний посібник. – Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2000. – 496 с.
7. Марциновський В. Остання крапля // *Контракти*. – 2008. – №7. – С.60-62.
8. Merk G. Gibt es Ungüter? // www.uni-siegen.de. – S. 13.
9. Merk G. Was sind Ungüter? // www.uni-siegen.de. – S. 8.
10. Панчишин С. Макроекономіка: Навч. посібн. К.: Либідь, 2002. – 616 с.
11. Соціологія: терміни, поняття, персоналії. В. М. Піча та ін. – К.: “Каравела”, Львів: “Новий Світ-2000”, 2007. – 480 с.
12. Тенденції // *Контракти*. 2008. – №10. – С.40.
13. Туган-Барановський М. І. Основи політичної економії. – Науковий редактор, автор передмови і вступної статті С. М. Злупко. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2003. – 628 с.
14. Філософський словник: Редкол: В. І. Шинкарук та ін. 2 вид. доп. перер. – К.: Голов. ред. УРЕ, 1986. – 800 с.
15. Юркевич П. Історія філософії права; Філософія права; Філософський щоденник. – Вид. друге. – К.: Ред. журн. “Український світ”, 2000. – 756 с.

THE THEORETICAL ASPECTS OF CATEGORY “DISCOMMODITY”

B. Petrushchak

*Ivan Franko National University of L'viv
University St., 1. UA-79000, L'viv, Ukraine
E-mail: petro_bohdan@ukr.net*

In the article the author analyses the development of category “discommodity” in the works of well-known economists of different scientific schools and times, paying the special attention to the influence of cultural, moral and religious convictions to the people’s behavior, when choosing the good. The author makes a new classification of “bad goods”, taking in consideration new trends of society life.

Key words: discommodity, disutility, abstract wants, unproductive costs, deviant behavior.