Региональные внешние эффекты клубного блага в повышении качества жизни населения

В экономической науке уделялось значительное внимание теории клубов [6] и производимых ими клубных благ, относящихся к смешанным общественным благам, поскольку в отличие от чистого блага является исключаемым общественным благом, благом совместного потребления с избирательностью, альтернативностью его использования и убыванием его потребления. Смешанное благо может быть объектом купли-продажи, т.е. быть платным. Мотивом для создания клуба является производство с помощью этого клуба коллективного блага, потребление которого увеличивает значение функции полезности агента (агентов). Однако производить это коллективное благо можно в разных объёмах, осуществляя большие или меньшие затраты. В принципе каждый член клуба имеет своё понимание, в каком объёме и какими затратами следует производить коллективное благо. Это понимание базируется на его функции полезности и задаче её максимизации. Поэтому требуется коллективное решение об объёме производства и затратах. Это коллективное решение может приниматься различными способами, а конкретный способ фиксируется в уставе клуба.

Численность потребителей клубного общественного блага возможно увеличивать до тех пор, пока переполнение, обусловленное приёмом последнего «члена клуба», не приведёт к уменьшению выгод для других его членов, которое будет уравновешено снижением издержек, вследствие участия нового члена в финансировании затрат. В случае, когда численность пользователей задана, количество предлагаемого для потребления блага должно увеличиваться до тех пор, пока предельные затраты индивида на получение этого блага не уравновесят его предельную полезность.

В ситуации, изображённой на рисунке 1, видно, что если численность пользователей не достигает Na, то им невыгодно потребление данного блага. Наиболее выгодной является численность пользователей в промежутке между Na и Nd, так как только при таком числе потребителей полезность, доставляемая благом индивиду, перекрывает его затраты на получение данного блага.

Рис. 1. Индивидуальные выгоды и издержки потребления клубного блага [1, c. 37]:

N – численность потребителей; B – выгоды в денежном выражении;

С – затраты потребителя в денежном выражении; Y – денежный масштаб

Здесь следует обратить внимание на несовпадение определённого таким образом диапазона с интервалом N\*N\*\*, в рамках которого выгоды, оцениваемые без учёта издержек, максимальны. Вместе с тем, внутри диапазона NaNd разной численности потребителей соответствуют, конечно, неодинаковые соотношения индивидуальных затрат и выгод, поэтому для достижения оптимума необходимо оценить предельные значения этих величин.

Агенты образуют институт, в данном случае, клуб, не ради увеличения значения функции полезности из-за прироста частных благах (как в фирме), а для увеличения этих значений с помощью производства коллективных благ. Участие в институте (клубе) и есть потребление коллективного блага.

Отличительной особенностью клуба, ставшей причиной его удивительной выживаемости и популярности, является то, что он, во-первых, постоянно трансформируется с течением времени и изменением обстоятельств, во-вторых, чрезвычайно разнообразен, способен учитывать и удовлетворить запросы и интересы самых разнообразных категорий населения, слоёв общества.

Как известно, клубные блага являются предметом рассмотрения экономикой общественного сектора, которой в свою очередь, по мнению Г.А. Ахинова и Е.Н. Жильцова, имманентно присущ ярко выраженный историзм [3, c. 7]. Историческое развитие цивилизации и государств, как известно, происходит не линейно, а циклично, по спирали. Оно характеризуется сменой периода господства общественных интересов на периоды с ориентацией на частные интересы, ухода в частную жизнь. Каждый поворот цикла исторического развития находит отражение в смене теоретических взглядов о роли государства и общественных институтов в экономической жизни общества.

Индустриальная эпоха (и связанный с ней переход от натурального хозяйства к формированию урбанизированного образа жизни), возникшая на рубеже XVIII и XIX вв., положила начало длительному историческому циклу приоритета частного интереса через «невидимую» руку рынка. Эта эпоха стала эпохой господства идеологии микроэкономики и парадигмы подхода к человеку как к экономическому человеку, не как к цели, а как средству общественного развития.

Рубеж в истории российской модернизации – реформы 60–70-х гг. XIX в. – обусловил появление заимствованной извне клубной формы организации досуга так называемой клубной общественности – дворянской, купеческой, интеллигентской, а в начале XX в. и рабочей.

Предпосылки для появления в России клубов были созданы преобразованиями Петра I и их последствиями, в том числе расширением контактов со странами Западной Европы и освоением их культурного опыта. В том, что касается клубов, это был в первую очередь британский опыт.

Клубы, в современном понимании этого слова, появились в Англии в конце XVI в. как небольшие объединения, однородные по составу участников, создаваемые для общения и отдыха на добровольной постоянной основе. Клубы помогали своим членам ориентироваться в городской жизни, адаптироваться к новой обстановке. В клубы объединялись все, кому имущественное положение позволяло оплачивать клубные услуги, – не только знать, купцы и лица свободной профессий, но также ремесленники и мелкие торговцы, за исключением социальных низов. Росту числа клубов и развитию клубной культуры способствовало покровительство властей всем формам социального общения горожан, проводимым клубами публичных акций, праздничных уличных шествий. Клубы формировались в связи с развитием литературы и прессы, удовлетворяя потребности читающей публики в обсуждении поднимаемых печатью вопросов. Поток печатной продукции давал пищу для клубных разговоров. Клубное общение, по крайней мере в идеале, способствовало преодолению нетерпимости к чужому мнению [4, с. 119–129].

В России клубы появились во второй половине XVIII в., при Екатерине II [3, с. 177–202]. Особенно существенные последствия имело освобождение дворян от установленной Петром I обязательной государственной службы. Получив привилегию не служить, дворянство, писал В.О. Ключевский, «стало в одно и то же время одиноко в обществе и праздно в доме» [1, с. 83]. Таким образом, у зажиточного дворянства не было серьёзного дела «ни в губернской канцелярии, но в вотчинной конторе». И «средство наполнить свой 24-часовой досуг» «оно должно было заимствовать … со стороны, из привычных уже источников западноевропейской культуры», в результате чего сложился своеобразный, «русско-европейский» тип светского общежития дворянства. Иначе говоря, среди дворян потребность в учреждениях типа клубов возникла естественным путём, как результат развития их самосознания и культуры. Точно так же естественным для дворян, получивших «24-часовой досуг», было видеть вначале в клубах исключительно или главным образом средство развлечений.

И сегодня эмблематическим выражением позднекапиталистической системы, которой имманентно стремление потребления товаров, образов, услуг, развлечений 24 часа в сутки, вновь стала клубная индустрия. В сознании российского обывателя понятие «клуб» обычно ассоциируется с ночными дискотеками, а «VIP-клубами», «казино-клубами» или «кафе-клубами» именуют себя тысячи различных заведений, весьма далёких от клуба в его истинном значении.

По результатам проведённого исследования, посвящённого актуальным проблемам и перспективам развития клубных учреждений Москвы, под руководством члена-корреспондента РАН, первого заместителя директора Института социально-политических исследований РАН, д.ф.н. В.Н. Иванова и директора Единого научно-методического центра Комитета по культуре г. Москвы д.с.н В.К. Сергеева [4], 37,9 % респондентов отметили насущную потребность в регулярном посещении клубов. В настоящее время большая часть посетителей клубов стремится «просто отдохнуть».

В толковом словаре С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой даётся следующее определение клуба. Во-первых, это организация, объединяющая людей на основе общности, сходства, близости интересов занятий. Во-вторых, это культурно-просветительское учреждение, в котором собираются люди для отдыха, развлечений; здание, помещение. В-третьих, это учреждение или общественная организация, занимающаяся финансовой или коммерческой деятельностью.

С развитием рыночных отношений и стабилизацией экономики в ближайшие годы, несомненно, будет наблюдаться развитие клубной индустрии в её цивилизованном понимании. В деловых кругах становится хорошим тоном увлекаться каким-либо видом спорта. Следует отметить, что во всём мире среди бизнес-элиты наиболее популярен гольф – один из самых клубных видов спорта. Отсюда можно сделать вывод, что деловая элита России готова к появлению системы бизнес-клубов в экономических мегаполисах страны; в подобную систему, которая должна быть организована по правилам международного клубного менеджмента и членства только по приглашению (рекомендации), могли бы войти и загородные клубы (или курорты) юга России. Во всём мире закрытые клубы объединяются во взаимные дисконтные системы, с тем чтобы их члены имели возможность, путешествуя, останавливаться (посещать) сообщества, входящие в альянс. При международном признании российские клубы могли бы тоже войти в подобные объединения. Уже начали появляться загородные клубы – в результате развития загородных посёлков, которые априори являются закрытыми сообществами.

Однако большинство создаваемых частных клубов, по сути, представляют собой площадки, где оплачиваются конкретные услуги по предоставлению частных благ (спортивные комплексы, боулинг, конюшни, марины – причалы для яхт). Однако, по мнению С.А. Медведникова [7, с. 10], отсутствие такого понятия, как «член клуба», приводит к угасанию деятельности таких клубов вплоть до перепрофилирования клубного помещения под торговые или складские площадки. Причём перепрофилирование коснулось не только частных, но и, конечно, на правах аренды помещений – муниципальных клубов.

Решением, принятым Коллегией Министерства культуры Российской Федерации от 29 мая 2002 г. № 10 «О некоторых мерах по стимулированию деятельности муниципальных учреждений культуры», клубное учреждение в соответствии с законодательством Российской Федерации вправе осуществлять предпринимательскую деятельность [6, с. 13].

К предпринимательской деятельности Клубного учреждения относится следующая деятельность:

* торговля покупными товарами, оборудованием;
* оказание посреднических услуг;
* долевое участие в деятельности коммерческих предприятий, учреждений и организаций;
* приобретение акций, облигаций, иных ценных бумаг и получение доходов (дивидендов, процентов) по ним;
* осуществление приносящей доход, не предусмотренной уставом деятельности (работ, услуг), соответствующей целям создания Клубного учреждения.

Основным источником дохода от предпринимательской деятельности на сегодняшний день для муниципального клуба является сдача в аренду помещений. Несмотря на то, что зачастую сдаваемые в аренду помещения находятся в крайне неудовлетворительном состоянии – это не становится серьёзной проблемой для муниципального арендатора. Предпринимателей привлекает выгодное расположение таких объектов и, как правило, архитектурная помпезность самого здания, в котором арендуется помещение. И вот уже клубное учреждение вовлечено в рынок недвижимости, где вопросами аренды занимаются компании по управлению недвижимостью. Цель создания и работы таких компаний состоит в следующем: недвижимое имущество должно приносить максимальный доход и иметь максимальную цену. Получается, что клубным учреждениям экономически выгодно не развивать платные социально-культурные услуги населению, а ограничиться получаемым доходом от сдачи помещений в аренду.

Здание муниципальных клубов постепенно из объектов культуры переходят в объекты недвижимости, поскольку их выгодное местоположение (главная из характеристик объекта недвижимости) в существенной мере оказывает влияние на такие экономические параметры, как цена, ликвидность, доходность недвижимости.

Очевидно, что один и тот же объект будет иметь разную ценность в зависимости от того, как он используется с экономической точки зрения. Например, одно и то же недвижимое помещение может быть использовано как для организации на нём муниципального предприятия (учреждения), так и для сдачи в аренду.

Вариант сдачи в аренду помещений муниципального клуба позволяет муниципалитету решать экономические проблемы, а именно:

* во-первых, не повышать расходы из бюджета муниципального образования, поскольку согласно законодательству доход от предпринимательской деятельности (сдачи в аренду помещений) полностью идёт на развитие и совершенствование клубного учреждения;
* во-вторых, муниципалитет поддерживает развитие предпринимательства, выделяя им помещения, где они могли бы вести свою предпринимательскую деятельность и приносить опять-таки доход в местный бюджет в виде налогов.

Статус арендодателя позволяет клубному учреждению обеспечивать органам местного самоуправления формирование соответствующей экономической среды, создавать условия для насыщения местных рынков товарами и услугами, а арендная плата становится важным и стабильным источником доходов.

Такое положение дел характеризуют современные муниципальные клубные учреждения скорее как участников рынка недвижимости, чем культурно-досуговой сферы. Общедоступному муниципальному клубному досугу (клуб, дом и дворец культуры) принадлежит существенная роль в организации свободного времени всех слоёв населения (в том числе малообеспеченных) поскольку именно там ещё сохранилась традиционная специфика деятельности – массовое общение с использованием зрелищных форм культурно-эстетического воздействия, деятельность кружков, студий, коллективов народного творчества.

В законодательстве [6, 2] муниципальное клубное учреждение определено как организация, основной деятельностью которой является изучение и предоставление населению разнообразных услуг социально-куль-турного, просветительского, оздоровительного и развлекательного характера, создание условий для занятий любительским художественным творчеством, ориентированные на культурные интересы определённых профессиональных, национальных и других социально-демографических категорий населения: центры эстетического воспитания детей, технического творчества, клубы и дома творческой интеллигенции, женщин, молодёжи, пенсионеров, центры традиционной культуры, дома ремёсел и фольклора, национально-культурные центры и т.п.

Однако при слабой материально-технической базе, недостатке площадей, скудном бюджете, современный государственный клуб не может отвечать современным требованиям по пропаганде культурных ценностей, приобщению широких масс населения к творчеству, организации современного комфортного досуга.

Формализм и шаблонность содержания и форм работы, отрыв от реальных запросов посетителей муниципальных клубов привело их (посетителей) к поиску альтернативных форм проведения досуга.

Отсюда можно сделать вывод, что уровень развития современного общества порождает негативные социальные процессы, протекающие на мезоуровне, отдаляя тем самым членов общества от заявленного в программной речи президента РФ уровня качества жизни граждан.

Для корректировки отрицательных последствий действий органов муниципальной власти в сфере функционирования обеспечения управления социально-культурного развития, которые проявляются в росте социальной нестабильности в обществе, мы предлагаем рассмотреть алгоритм дальнейших преобразований форм, методов и организации управления муниципальных учреждений клубного типа, для перевода их от ярко выраженной дотационной бюджетной составляющей к созданию системно построенной, целостной структуры управления на региональном и местном уровне.

Заключение

клуб благо муниципальный

Во второй половине ХХ в., когда явно обозначился переход к качественно новому этапу мирового исторического развития, стало заметным возросшее значение человеческого фактора в экономике. В представленной работе дано теоретическое обоснование и обозначены основные подходы к решению одной из ключевых задач современной России в переходный период к постиндустриальному обществу, заключающиеся в разработке эффективной системы управления первичными учреждениями культуры, формирующими культурно-этические системы ценности индивидов и, таким образом, выступающие для них оценивающим «мерилом» качества жизни на мезоуровне.

Приоритетными направлениями повышения качества жизни населения страны, региона, муниципального образования в условиях демократизации общества и либерализации открытой экономики являются: формирование социальной политики, исходя из реализации принципа социальной справедливости и социальной ответственности; содействие формированию в обществе (социальной группе) стереотипов поведения, ценностных ориентаций, соответствующих оздоровлению культурного массива общества.

Библиографический список

1. Гаврилова, Т.В. Принципы и методы исследования качества жизни населения [Текст] / Т.В. Гаврилова // Технологии качества жизни. – 2004. – т. 4. – № 2. – С. 1–11.
2. Гиг, Дж.ван. Прикладная общая теория систем [Текст] / Дж.ван Гиг. – М. : Мир, 1981. – 336 с
3. Глушакова, О.В. Управление воспроизводством качества жизни населения: теоретико-прикладные аспекты (на примере Кемеровской области) [Текст] : автореф. дис. … канд. экон. наук : 08.00.05 / Глушакова Ольга Владимировна ; Кемеровский государственный университет. – Кемерово, 2006. – 24 с. – Библиогр. : с. 22–23.
4. Дмитриева, О.Г. Региональная экономическая диагностика [Текст] / О.Г. Дмитриева. – СПб. : СПбГУЭФ, 1992. – 274 с.
5. Долгин, А. Культурная политика: каким должно быть государство [Электронный ресурс] – URL : http://www.polit.ru/lectures/2008/12/17/dolgin.html, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
6. Достоевский, Ф.М. Преступление и наказание [Текст] / Ф.М. Достоевский. – М. : Эксмо, 2008. – 592 с.
7. Драйзер, Т. Сестра Керри [Текст] / Т. Драйзер. – М. : Худож. лит., 1987. – 383 с.
8. Ершов, А.Н. Качество жизни и местное самоуправление в условиях социальной модернизации [Текст] / А.Н. Ершов, Ю.Р. Хайруллин // Социологические исследования. – 2004. – № 8. – С. 63–70.