

**Маслов Дмитро Сергійович**  
*кандидат економічних наук, старший науковий співробітник*  
*відділу розвитку підприємництва,*  
*Інститут ринку та економіко-екологічних досліджень*  
*Національної академії наук України*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-253-4-17>

## **ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЦИФРОВИХ БЛАГ ТА ПУБЛІЧНИХ БЛАГ**

Процес цифровізації усіх сфер економічного життя суспільства набуває все більших масштабів. У відповідь на це економісти-дослідники розробляли теорії для наукового осмислення нових цифрових явищ. Дослідники, що займалися проблемою цифрових благ, здебільшого розглядали їх як публічні блага, стверджуючі, що цифрові блага і публічні блага мають багато спільних рис. Але, існують значні відмінності цифрових благ, які не дозволяють їх ототожнювати з публічними благами.

Цифрові блага загалом розглядалися як синонім до інформаційних благ, як усе, що може зберігатися у пам'яті комп'ютера у вигляді бітового рядку та передаватися через інтернет [1, с. 2; 2, с. 3]. Проблема цього визначення полягає в тому, що потенційну можливість кодування інформації у вигляді бітового рядку називають достатнім критерієм для визначення цифрового блага. Сама по собі потенційна можливість кодування не робить об'єкт цифровим благом. Потенційна можливість ніколи не може бути характеристикою, що визначає сутність об'єкту. Об'єкт є тим, що він є і що він робить, він не є тим, чим він може бути потенційно. Цифрові блага можуть мати аналоги поза комп'ютерною мережею, але то не будуть цифрові блага. Точнішим визначенням цифрового блага буде «об'єкт, що має корисність та споживається у вигляді бітового рядка».

Досліджуючи цифрові блага, економісти розглядають цифрові блага як публічні блага, оскільки, на їхню думку, властивості цифрових благ є такими, що відповідають властивостям публічних

благ [1; 3; 4]. Основними такими властивостями є неконкурентність та невиключність.

Неконкурентність полягає у тому, що використання цифрового блага одним агентом ніяк не зменшує корисність цього ж цифрового блага для іншого агенту [1, с. 13]. Споживання невиключного блага не може бути обмежена тільки до тих споживачів, що платять, неможна запобігти безкоштовному споживанню. Деякі дослідники стверджують, що неконкурентність виникає з безмежної розширювальності (можливості безмежно збільшити кількість цифрових благ як завгодно швидко і без витрат) [1, с. 16].

Слід зазначити, що деякі характеристики цифрових благ дійсно відрізняють їх від звичайних традиційних благ. Такі характеристики роблять відтворення і розповсюдження цифрових благ легшим за відтворення і розповсюдження багатьох традиційних благ. Одна з таких характеристик полягає у тому, що засіб споживання цифрових благ, за допомогою якого споживаються більшість цифрових благ, є також засобом їх відтворення та розповсюдження. Кожен, хто бажає споживати цифрові блага, має мати вдома комп'ютер або інший засіб, який дозволяє копіювати, тобто відтворювати цифрові блага.

Разом з тим, положення, згідно з яким копіювання цифрового блага, отже, його відтворення, нічого не коштує, або граничні витрати виробництва дорівнюють нулю – не має достатнього підґрунтя. Витрати на створення кожної нової копії цифрового блага можуть бути невеликими, але вони точно існують, хоча і не є настільки ж очевидними для побутового погляду. Такі витрати включають витрати електроенергії, витрати на обслуговування доступу до мережі Інтернет (витрати на сервери, ліцензії, кабелі, робочу силу та ін.), витрати на цифрове обладнання споживача, що включає і апаратну частину, і програмне забезпечення. До витрат на відтворення цифрових товарів також можна віднести робочий час, що витрачається на таке відтворення. Величина витрат часу залежить від швидкості інтернету, потужності апаратної частини комп'ютера та оптимізації програмного забезпечення, від навичок оператора комп'ютера, від розмірів цифрового блага, що

копіюється. Оператором комп'ютера часто виступає сам споживач, то ж часто рівень навичок дуже сильно відрізняється від одного оператора до іншого. Існує також багато цифрових благ, які не просто скопіювати так, щоб цифрове благо зберегло свою корисність, здатність задовольняти потребу. Існує також вид цифрових благ, який взагалі неможливо скопіювати пересічному оператору комп'ютера, серед таких благ є криптоактиви. Виробництво криптоактивів може потребувати величезних витрат ресурсів. Таким чином, процес копіювання цифрового блага є процесом його виробництва, що включає працю (по копіюванню, по обслуговуванню комп'ютера і носіїв інформації), включає предмет праці – саме цифрове благо, що копіюється, та засоби праці – комп'ютер, інтернет, електроенергія, носії інформації. Витрати відтворення на кожну одиницю цифрового блага можуть бути невеликими, але це справедливо і для багатьох традиційних благ, які легко виробляються у великих кількостях. Тож критерій невеликої величини витрат на копіювання цифрового блага не може бути аргументом на користь того, щоб відносити цифрові блага до безмежно розширювальних.

Застосовувати характеристики публічних благ до цифрових благ стало можливим тому, що цифрове благо було розділене на дві частини: інформація у цифровій формі розглядалась у відриві від свого носія. Це, у свою чергу, стає можливим, якщо цифрове благо розглядається як абстрактне благо, абстракція якого полягає у відволіканні змісту від форми. Але реальні блага завжди конкретні. Благо – це об'єкт, який задовольняє потребу споживача, і щоб задовольняти потребу, благо не може не мати форми, яка б дозволяла цю потребу задовольняти. Не можна спожити інформацію, що не має ніякого втілення на носії, не можна прочитати абстрактну книгу, вона має бути втілена або на папері, або на екрані електронного читача, або у вигляді аудіозапису. Одну і ту саму книгу можна скопіювати на різні носії, але це ще не дозволяє говорити про те, що книга може бути відірвана взагалі від будь-якого носія і залишатися при цьому благом. Копія блага – це не те саме благо. Ідентичність одного блага по відношенню до

іншого не робить його тим самим благом. Оскільки цифрове благо не може розглядатися окремо від свого носія, то той факт, що носій є конкурентним, означає, що цифрові блага є конкурентними. Так само не можна казати про безмежну розширювальність чи невиключність по відношенню до реальних конкретних цифрових благ, які існують у єдності інформації та носія.

Таким чином, цифрові блага не можна розглядати як публічні блага, бо їхні характеристики не є тотожними.

### **Список використаної літератури:**

1. Quah, D. Digital goods and the new economy. *CEP Discussion paper*. 2003. CEPDP0563(563). P. 1–44.
2. Shapiro, C. Varian, H. Information rules: A strategic guide to the network economy. Boston : Harvard Business School Press, 1999. 352 с.
3. Vafoopoulos, M. The Web Economy: Goods, Users, Models, and Policies, *Foundations and Trends® in Web Science*. 2012. Vol. 3. No. 1–2. P. 1–136. DOI: <http://dx.doi.org/10.1561/18000000015>.
4. Rayna, T. Understanding the Challenges of the Digital Economy: The Nature of Digital Goods. *Communications & Strategies*. 2008. No. 71. P. 13–16.