

Ю.В. Автономов
НИУ ВШЭ, Москва

Эластичность спроса на исполнительское искусство по цене и доходу: основные результаты эмпирических исследований

Спрос на культурные блага, в частности исполнительское искусство, является одним из наиболее популярных предметов эмпирических исследований в экономике культуры. Однако, как констатирует Б. Симэн, автор наиболее тщательно проведенного обзорного исследования, посвященного изучению спроса на исполнительское искусство (Seaman, 2005, 2006), несмотря на все более изощренные усилия социологов, психологов, маркетологов и экономистов, литература, посвященная этому направлению исследований, все еще содержит множество загадок.

Эмпирические исследования спроса на исполнительское искусство в большинстве своем делятся на две категории – опросы, стремящиеся выявить демографические характеристики театральной, оперной, балетной или иной аудитории¹, и эконометрические исследования, пытающиеся оценить эластичность спроса по собственной цене, доходу и (весьма редко) цене предполагаемых субституттов, о результатах которых и пойдет в основном речь.

У экономистов нет единого априорного мнения о том, насколько спрос на исполнительское искусство эластичен по цене, и поляризация мнений по этому вопросу тесно связана с тем, стоит ли относить исполнительское искусство к товарам роскоши или нет. С одной стороны, принимая во внимание историю и данные ранних эмпирических исследований (например, (Ford Foundation, 1974; Book, Globerman, 1975; Americans and the Arts, 1976; DiMaggio, Useem, 1978; Throsby, Withers, 1979; West, 1985)), можно заметить, что основная аудитория консерваторий и филармоний, театра и балета представляет собой общественную элиту в терминах образования, дохода и профессии. И, следовательно, исполнительское искусство, не относящееся к популярным жанрам, является скорее предметом (и това-

ром) роскоши. С точки зрения микроэкономики отсюда следует, что спрос на исполнительское искусство может оказаться эластичным по цене.

С другой стороны, есть некоторые теоретические основания предполагать, что спрос на исполнительское искусство неэластичен по цене. Среди таких факторов можно назвать формирование у зрителей художественного вкуса (привычки), несовершенство информации, ведущее к тому, что цена билета на спектакль или концерт воспринимается неискушенной публикой как сигнал о его «качестве», а также эффект Веблена, когда присутствие на некотором спектакле или концерте выступает для зрителя средством демонстрации социального статуса².

Имеющиеся на текущий момент эконометрические результаты поддерживают скорее вторую точку зрения. Из 29 эконометрических исследований, в которых оценивалась ценовая эластичность спроса на исполнительское искусство, она оказалась больше единицы лишь в четырех работах, еще пять работ содержали смешанные результаты, где спрос оказывался эластичным лишь для отдельных организаций, категорий зрителей, периодов времени или форм искусства³.

Однако интерпретировать результаты большей части этих исследований можно лишь с большой осторожностью в силу агрегированного характера данных. Например, во многих из них зависимая переменная – это число посетителей одного или нескольких театров, деленное на численность населения соответствующего города или области. В качестве показателей уровня образования или дохода рассматриваются средние для этого города или области величины, а цена рассчитывается как общая выручка за некоторый период, деленная на число проданных билетов. При этом неиз-

¹ При этом в одной части исследований опрашиваемые представляют собой случайную выборку, в другой опрашиваются непосредственно посетители концертов и спектаклей. В последнем случае исследователю легче получить необходимую информацию – но возникают определенные искажения, связанные с самоотбором меломанов, балетоманов и т.д.

² Хотя последний фактор вряд ли оказывает существенное влияние на посещаемость большей части спектаклей и концертов, он может быть весьма значимым для спроса на уникальные, «знаковые» события.

³ Сводную таблицу, характеризующую основные результаты исследований эластичности спроса на исполнительское искусство, можно найти в (Seaman, 2006, p. 425).

бежно игнорируется тот факт, что билеты разных категорий продаются по разным ценам, что спрос на места в партере и на галерке предъявляют люди, как правило, с совершенно разным уровнем дохода, социальным статусом, образом жизни и т.п.

Среди авторов, работавших с более детализированными данными, можно упомянуть Поммерене и Кирхгесснера (Pommerehne, Kirchgassner, 1987), деливших потребителей на группы по уровню дохода (спрос оказался эластичным, причем менее эластичным он был для потребителей с высоким доходом). Шиммельпфенниг, изучая спрос на балет (Schimmelpfennig, 1997), отдельно рассматривал спрос на места в партере, бельэтаже и амфитеатре, обнаружив удивительно высокую ценовую эластичность спроса даже на самые дорогие места, которые должны были бы приобретаться обеспеченными балетоманами. В исследованиях (Felton, 1989; 1994–1995) потребителей делили на покупателей абонементов и всех остальных посетителей. Результаты оказались противоречивыми: в более раннем исследовании спрос был относительно эластичнее у первых, в более позднем – у вторых, хотя у обеих групп эластичность оказалась меньше единицы. В других исследованиях (например, (Coring, Levy, 2002)) спрос оказывался эластичным или неэластичным в зависимости от местоположения театра. Таким образом, интуитивное подозрение, что при работе с более дезагрегированными данными спрос будет более эластичным, не подтверждается однозначно.

Результаты не слишком надежны и в отношении эластичности спроса по доходу. Во многих статистических и эконометрических исследованиях аудитории исполнительского искусства острым вопросом является неизбежная взаимозависимость между образованием и уровнем дохода – двумя из важнейших факторов, определяющих спрос на искусство. В какой степени на частоту посещения спектаклей и концертов влияет именно образование зрителя, а в какой – его доход? Ранние статистические исследования свидетельствовали о значительно более сильном влиянии уровня

образования⁴. Наиболее убедительно это было показано в исследовании Фонда Форда (Ford Foundation, 1974, Vol. II), где, например, для респондентов с одинаковым (высоким) уровнем дохода частота посещений театра была на 21% выше у более образованных людей (для респондентов с одинаково низким уровнем дохода эта разница составляла 25%). Когда же авторы сравнивали ответы респондентов с одинаково высоким/низким уровнем образования, частота посещений у более обеспеченных зрителей была лишь на 8% больше для высокого и на 12% выше – для низкого уровня образования.

Аналогичные результаты были получены для посещения концертов классической музыки, оперы и балета, и фактически эти результаты оказывались несколько иными только в случае кино, где образование и уровень дохода влияли на частоту посещения в одинаковой степени. Среди недавних исследований комментаторы последнего опроса SPPA⁵ отмечали, что образование коррелирует с интенсивностью посещений спектаклей и концертов сильнее, чем любой другой демографический фактор (National Endowment for the Arts, 2004, p. 19). Этот результат подтверждается регрессионным анализом в работе Питерсона и коллег (Peterson, Hull, Kern, 2000), которые, используя данные SPPA 1997 г., показали, что образование почти везде оказывалось самым надежным предиктором спроса. В целом же эконометрические данные в этом отношении противоречивы: из 12 эконометрических исследований, учитывавших и влияние образования, и влияние дохода, в четырех преобладало влияние образования, в трех – влияние дохода, а результаты остальных были неоднозначными (Seaman, 2006, p. 441)⁶.

Что касается перекрестной ценовой эластичности спроса на исполнительское искусство, как констатируют Леви-Гарбуа и Монмаркетт, пока что даже попытки определить, что выступает субститутом по отношению к исполнительскому искусству, приносили смешанные результаты (Lévy-Garboua, Montmarquette, 2003). Чаще всего в качестве

⁴ Ранние эконометрические исследования также свидетельствуют о том, что влияние этих двух переменных очень трудно разделить. Так, в двух наиболее тщательных, по мнению Симэна, эконометрических исследованиях (Mooge, 1966; Withers, 1980), где значимость дохода оказалась весьма низкой, уровень образования не был включен в число регрессоров.

⁵ SPPA (Survey of Public Participation in the Arts) – одно из наиболее детализированных опросных исследований аудитории исполнительского искусства, которое проводит и публикует каждые два года Национальный фонд искусств США.

⁶ Последние исследования (например, (Zieba, 2009)) показывают, что при изучении эластичности спроса по цене и доходу важно учитывать не только денежный доход, но и общую стоимость свободного времени, которым располагает человек. С учетом этой компоненты в составе дохода эластичность спроса на исполнительское искусство по доходу ощутимо возрастает (однако образование в этой работе в число регрессоров не входило).

субститута выбиралось кино⁷, но, как пишет Симэн, «можно с уверенностью утверждать, что у нас мало эмпирических свидетельств в пользу того, что кино является реальным субститутом исполнительского искусства» (Seaman, 2006, p. 450). Несомненно, самым известным примером оценки перекрестной эластичности спроса на исполнительское искусство является работа Гапинского (Gapinski, 1986), который оценивал спрос на услуги 13 организаций, среди которых были концертные залы, драматические, оперные и балетные театры. Основным выводом его исследования состоял в том, что различные формы исполнительского искусства действительно являются субститутами по отношению друг к другу и, хотя для 10 из 13 организаций перекрестная эластичность была меньше единицы, она везде была отрицательной⁸.

Подводя итоги, можно сказать, что почти за полвека эмпирического изучения спроса на исполнительское искусство экономистам удалось недвусмысленно подтвердить лишь немногие из тех гипотез, которые они выдвигали по отношению к этому предмету исследования. Фактически мы можем быть уверены лишь в том, что кривые спроса на исполнительское искусство имеют отрицательный наклон (свидетельства о противоположном можно отнести на счет того, что цена выполняет роль индикатора качества), что исполнительское искусство относится к нормальным благам (но необязательно к товарам роскоши) и что спрос на исполнительское искусство имеет положительные коэффициенты перекрестной эластичности по цене некоторых благ.

В отношении ряда важных вопросов – в частности, проверки и теоретической интерпретации низкой ценовой эластичности спроса, эластичности спроса по доходу, субститутов и комплементов исполнительского искусства, а также взаимовлияния традиционных социально-экономических факторов, определяющих спрос, и переменных, характеризующих стиль жизни потребителя, – мы до сих пор находимся в состоянии неопределенности. Несмотря на это, за последние несколько десятков лет ис-

следователи спроса на исполнительское искусство достигли определенного прогресса, и развить его, представляется, помогут не большие размеры выборок⁹ или использование более тонких эконометрических методов, а прежде всего применение дезагрегированных данных, более аккуратное вычленение эффектов дохода и замещения при оценке соответствующих эластичностей и повышенное внимание к теоретической основе (в частности, моделированию зависимости от прошлого потребления) для спецификации моделей спроса.

Литература

- Americans and the Arts (1976). Americans and the Arts: A Survey of the Attitude Toward and Participation in the Arts and Culture of the United States Public. N.Y.: National Research Center of the Arts, Inc.
- Book S.H., Globberman S.** (1975). The Audience for the Performing Arts. Toronto: Ontario Arts Council.
- Corning J., Levy A.** (2002). Demand for Live Theater with Market Segmentation and Seasonality // *J. of Cultural Econ.* Vol. 26. P. 217–235.
- DiMaggio P., Useem M.** (1978). Social Class and Arts Consumption: The Origin and Consequences of Class Differences in Exposure to the Arts in America // *Theory and Society*. Vol. 5. P. 141–161.
- Felton M.V.** (1989). Major Influences on the Demand for Opera Tickets // *J. of Cultural Econ.* Vol. 13. P. 53–64.
- Felton M.V.** (1994–1995). Evidence of the Existence of the Cost Disease in the Performing Arts // *J. of Cultural Economics*. Vol. 18. P. 301–312.
- Ford Foundation (1974). The Finances of the Performing Arts. Vol. II: A Survey of the Characteristics and Attitudes of Audiences for Theater, Opera, Symphony, and Ballet in 12 US Cities. N.Y.: Ford Foundation.
- Gapinski J.H.** (1986). The Lively Arts as Substitutes for the Lively Arts // *American Econ. Review*. Vol. 76. P. 20–25.
- Lévy-Garboua L., Montmarquette C.** (1996). A Mi-

⁷ Интересно, что исследователи, оценивающие спрос на кино, не считают исполнительское искусство товаром-субститутом, так как первое географически распространено гораздо шире, чем последнее.

⁸ Стоит также упомянуть об интересном косвенном подходе к оценке отношений взаимозамещения/ взаимодополнения культурных благ, впервые примененном Прието-Родригесом и Фернандесом-Бланко (Prieto-Rodriguez, Fernández-Blanco, 2000). Пытаясь ответить на вопрос, являются ли классическая и популярная музыка товарами-заменителями или их слушатели – просто разные люди, они оценивали корреляцию остатков в регрессионных уравнениях спроса на эти виды музыки. Некоторые их результаты позволяют заключить, что высокое и популярное искусство, скорее, дополняет, чем заменяет, друг друга (подробнее см. (Seaman, 2005, p. 120–122)).

⁹ В некоторых из известных исследований размер выборки был весьма солидным. Например, Леви-Гарбуа и Монмаркетт (Lévy-Garboua, Montmarquette, 1996) использовали выборку в 8000 человек; в работах ряда авторов (Peterson, Hull, Kern, 2000; Globberman, Book, 1977; Montgomey, Robinson, 2005) выборки содержали 17 135, 13 750 и 8000 респондентов соответственно.

- croeconometric Study of Theater Demand // *J. of Cultural Econ.* Vol. 20. P. 25–50.
- Lévy-Garboua L., Montmarquette C.** (2003). Demand. In: «*A Handbook of Cultural Economics*» / Towse R. (ed.). Cheltenham, UK.: Edward Elgar. P. 201–213.
- Montgomery S.S., Robinson M.D.** (2005). Take Me Out to the Opera: Are Sports and Arts Complements? Evidence from the Performing Arts Research Coalition Data. Presented at the 8th International Conference on Arts and Cultural Management (AIMAC). Montreal. July 3–6.
- Moore T.G.** (1966). The Demand for Broadway Theater Tickets // *Review of Econ. and Statistics.* Vol. 48. P. 79–87.
- National Endowment for the Arts (2004). 2002 Survey of Public Participation in the Arts. Research Division Report N 45. National Endowment for the Arts. Washington, DC.
- Peterson R.A., Hull P., Kern R.** (2000). Age and Arts Participation: 1982–1997. Research Division Report N 42. National Endowment for the Arts, Washington, DC.
- Pommerehne W., Kirchgassner G.** (1987). The Impact of Television on the Demand for Cinema and Theatre Performances. In: «*Economic Efficiency and the Performing Arts*» / Grant N.K. et al. (eds.). Akron: Association for Cultural Economics. P. 44–61.
- Prieto-Rodríguez J., Fernández-Blanco V.** (2000). Are Popular and Classical Music Listeners the Same People? // *J. of Cultural Econ.* Vol. 24. P. 147–164.
- Schimmelpfennig J.** (1997). Demand for Ballet: A Non-Parametric Analysis of the 1995 Royal Ballet Summer Season // *J. of Cultural Econ.* Vol. 21. P. 119–127.
- Seaman B.A.** (2005). Empirical Studies of Demand for the Performing Arts. Non-profit Studies Program Working Paper NP 05-03. Andrew Young School of Policy Studies, Georgia State University.
- Seaman B.A.** (2006). Empirical Studies of Demand for the Performing Arts. In: «*Handbook on the Economics of Art and Culture*» / Ginsburgh A., Throsby D. (eds.). Vol. I. Amsterdam: North-Holland.
- Throsby D., Withers G.** (1979). The Economics of the Performing Arts. N.Y.: St. Martins.
- West E.G.** (1985). Subsidizing the Performing Arts. Catharines: Ontario Economic Council.
- Withers G.** (1980). Unbalanced Growth and the Demand for the Performing Arts: An Econometric Analysis // *Southern Economic J.* Vol. 46. P. 735–742.
- Zieba M.** (2009). Full-Income and Price Elasticities of Demand for German Public Theatre // *J. of Cultural Econ.* Vol. 33(2). P. 85–108.

Поступила в редакцию 1 апреля 2012 года

Т.В. Абанкина
НИУ ВШЭ, Москва

Журнал НЭА
№2 (14), 2012
С. 138–141.

Многоканальное финансирование культуры и искусства: зарубежный опыт

В каждой стране на основе выбора финансовых методов, форм и механизмов складывается собственная модель многоканального финансирования сферы культуры и искусства. Она формируется в рамках национальной модели бюджетирования и определяется ее спецификой, в частности, степенью централизации или децентрализации государственного управления, характером бюджетных отношений между разными уровнями власти и бизнесом, социальной ориентацией и предпочитаемыми методами государственного регулирования экономики. Серьезное влияние на принципы и модель финансирования оказывают такие факторы, как сложившееся отношение государства к культуре и искусству, особенности государственной политики в этой сфере, уро-

вень развития благотворительности, спонсорства и меценатства.

В большинстве развитых европейских стран бюджетное финансирование остается одной из главных форм поддержки сферы культуры и искусства. Однако затраты на эти нужды в бюджетах стран составляют сравнительно небольшую часть их совокупных расходов – доля расходов на культуру и искусство колеблется по разным странам от 0,2 до 5%. В России доля расходов на культуру в консолидированном бюджете составляла в последние годы около 2,0–2,5%. В целом особенности странового распределения бюджетных расходов на культуру по различным уровням власти в значительной мере предопределяются степенью централизации государственного управления и сложивши-