

Суска А.А.,

к. е. н., член-кореспондент Академії економічних наук України,
завідувач кафедри деревооброблювальних технологій
та системотехніки лісового комплексу,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка

ОСОБЛИВОСТІ ПОВЕДІНКОВОЇ МОДЕЛІ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОЛОГІЧНИХ ПОСЛУГ ЛІСУ

Анотація. У статті наведено, обґрунтовано особливості поведінкової моделі суб'єктів ринку соціально-екологічних послуг як нової еколого-економічної системи лісового сектору економіки України. Обґрунтовано, що особливості дій суб'єктів ринку в процесі комерційного обігу соціально-екологічного ресурсу визначаються специфікою такої еколого-економічної системи, як «об'єкт ринку – соціально-екологічна послуга», джерелом генерування товару, розподілом товару, ефектом від споживання такого товару. На поведінкову модель суб'єктів ринку також впливають обмеженість у виборі постачальника, складність визначення обсягу й ціни контракту купівлі-продажу, недосконалість правового та нормативного поля.

Ключові слова: ринок, соціально-екологічна послуга, суб'єкти ринку, поведінкова модель, об'єкт ринку, постачальники, споживачі, предмет контракту, обсяг контракту, ціна контракту, правове і нормативне поле.

Постановка проблеми. Досвід ведення лісового господарства країн Євросоюзу вказує на те, що економічний простір лісового сектору економіки можна значно розширити шляхом включення в комерційний обіг нематеріальний, соціально-екологічний ресурс лісу. Упорядкування процесів надання і споживання соціально-екологічного ресурсу як специфічного товару, соціально-екологічної послуги пов'язано з функціонуванням нового виду товарного ринку, ринку соціально-екологічних послуг.

Становлення такої нової для лісового господарства України еколого-економічної системи значною мірою ускладняється проблемою переконання споживачів соціально-екологічних користностей лісу, які отримують від цього додатковий прибуток (збільшення урожайності сільськогосподарських культур, зменшення виробничих витрат, підвищення продуктивності праці), в тому, що ера безкоштовного споживання такого ресурсу для них закінчується, отже, потрібно переходити на цивілізовані ринкові відносини. Специфіка ринку соціально-екологічних послуг визначає певні особливості поведінкової моделі суб'єктів ринку, перш за все продавців («виробників товару»), тобто підприємств лісового господарства, і споживачів, тобто суб'єктів інших галузей економіки і соціальної сфери. Якщо визначити поведінкову модель суб'єктів ринку як порядок дій в процесі пошуку і встановлення контактів між постачальниками та клієнтами, укладення торговельних контрактів та контролю за їх реалізацією, кожна з таких дій повинна ґрунтуватися на особливостях еколого-економічної системи, в умовах якої вони виконуються. Саме визначенню проблем, які можуть виникати в процесі взаємодії суб'єктів ринку соціально-екологічних послуг як нової для лісового сектору економіки України еколого-економічної системи і можливих шляхів їх рішення і присвячена стаття.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В Словнику термінів ринкової економіки визначається, що товарний ринок – це сфера товарного обігу і пов'язана з ним сукупність товарно-грошових відносин, яка виникає між виробниками та споживачами в процесі купівлі-продажу товарів [1].

Згідно з дослідженнями П. Самуельсона, ринок забезпечує організаційний зв'язок між виробництвом і споживанням, перебуває під їхнім впливом і сам впливає на них [2].

В дослідженнях Ю. Кузьміних визначається, що потенційні інтереси суб'єктів ринку щодо напрямів інноваційної діяльності в лісовому господарстві, а саме надання соціально-екологічних послуг, слід детально вивчати, оскільки є проблеми в процесі надання і споживання специфічного товару [3].

В роботах Є. Мішеніна визначається, що механізм екосистемних послуг лісових екосистем полягає у взаємодії лісу з атмосферою, водою, ґрунтом та в підтримці їхніх якісних і кількісних параметрів на оптимальному екологічному рівні. Під послугами лісових екосистем розуміють рекреаційну (оздоровчу) цінність лісових масивів, захист ґрунтів від ерозії, підвищення урожайності сільськогосподарських культур, збереження біорозмаїття, регулювання водостоку, продукування кисню, поглинання двоокису вуглецю тощо. Ринковий підхід до комерційного обігу щодо надання екосистемних послуг включає приватні угоди, зазвичай це закриті угоди між тими, хто отримує вигоди від екосистемних послуг лісу, і тими, хто відповідає за них. Сюди включаються такі угоди, як добровільна сертифікація та екомаркування, а також прями схеми фінансування між бенефіціантами екосистемних послуг лісу та лісовласниками, які відповідають за ці послуги [4].

Джерела товарного забезпечення будь-якого ринку визначаються з огляду на структуру конкретного ринку товарів, контингент покупців, обсяг і асортимент товарів, обсяг ринкового обігу та фінансових можливостей покупця. Вибір конкретного постачальника товарів здійснюється тоді, коли серед них немає монополії.

Основним документом укладення комерційної угоди, зокрема угоди на надання певного виду послуг, є контракт. У контракті купівлі-продажу обов'язково повинні обумовлюватися предмет і обсяг поставки, способи визначення якості та кількості товару, а також ціна товару як один з найважливіших елементів контракту.

Згідно з дослідженнями Н. Дегтярь під обсягом контракту на соціально-екологічні послуги лісу слід розуміти можливість лісу певних територій формувати умови щодо запобігання опустеленню, ґрунтозахисні функції, збереження біорозмаїття, ґрунтоутворення, фотосинтез. Такі послуги впливають на добробут людей опосередковано, уможливаючи формування потоків забезпечувальних, регулювальних і культурних послуг.

Значна частина послуг екосистем не є продуктом споживання чи предметом використання, вона споживається людьми опосередковано, непрямо, але якість життя людей фундаментально залежить від потоку цих послуг [5].

В роботах І. Соловій визначається, що ціну на екосистемні послуги доцільно визначати як економічні вигоди, які отримують економічні суб'єкти від використання наявних функцій екосистем, а також таких, що утворюються в результаті генерування, відновлення, підтримки, регулювання екосистемних процесів, які формуються в результаті цілеспрямованої діяльності тих або інших суб'єктів господарювання різних форм власності та рівнів ієрархічного управління [6].

Мета статті полягає у визначенні особливостей поведінкової моделі суб'єктів товарного ринку в процесі надання та споживання специфічного товару, а саме соціально-екологічної послуги лісу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Якщо розглядати ринок соціально-екологічних послуг лісу як еколого-економічну систему, то вона є певною формою соціально-економічних відносин, яка упорядковує процеси розподілу, обміну та споживання специфічного товару, що генерується соціально-екологічним ресурсом лісу та визначається як соціально-екологічна послуга. Водночас потрібно розуміти, що такий ресурс без прикладення до нього людської праці та без використання її результатів є майже абстрактною категорією, а процес розподілу цих результатів без його упорядкування (управління) може набути форми анархії, що для такої вразливої сфери, як екологічний ресурс лісу, може привести до катастрофічних наслідків.

Соціально-економічні відносини у сфері надання та споживання екологічних і соціальних послуг лісу повинні базуватися на основних принципах ринку, зокрема вільному вибору напрямку бізнесу, ринковому ціноутворенні, справедливій конкуренції.

Водночас існує певна специфіка такого ринку, перш за все щодо екологічної та соціальної послуги лісу як товару, формування ціни на такий товар, рівня державного та громадського впливу на функціонування ринку, що потребує визначення й розуміння особливостей взаємовідносин суб'єктів ринку.

На думку автора, саме поведінкова модель економічних і соціальних агентів ринку може дати зрозумілі відповіді на ключові питання, які висуває специфіка ринку перед суб'єктами такого ринку і які повинні ефективно вирішуватися інститутами економічної системи.

1) До якого з відомих видів ринку можна адаптувати ринок екологічних і соціальних послуг лісу і, відповідно, формувати інституційний механізм такого ринку? З огляду на те, що єдиним постачальником такого товару на певній території можуть бути суб'єкти лісогосподарювання саме цих територій, ринок екологічних і соціальних послуг лісу найбільш близький до виду ринку чистої природної монополії. Річ в тім, що навіть за умов, коли ліс певних природних територій може бути власністю декількох суб'єктів господарювання, певний прояв конкурентної боротьби може бути тільки за надання рекреаційних послуг. Основні соціально-екологічні функції лісу, а саме природоохоронні, природозахисні, природоутворюючі, які є найбільш перспективними щодо капіталізації, можуть генеруватися лісовими масивами як єдиним цілим. Проте цілком можлива інша форма конкуренції, а саме еколого-технічна конкуренція. Сутність такої конкуренції полягає в тому, що певні суб'єкти економічних відносин можуть вибрати альтернативу соціально-екологічним послугам лісу у вигляді технічних

рішень. Наприклад, альтернативою функції лісу протистояти селєвим потокам можуть бути інженерні захисні споруди. Така ситуація не дає шансу можливим споживачам щодо вибору постачальника товару, соціально-екологічної послуги, але не відкидає можливості вжиття альтернативних організаційно-технічних заходів з відповідним економічним чи соціальним ефектом.

2) Що є товаром (об'єктом ринкових відносин)? Предметом комерційного обміну є специфічний товар, а саме соціально-екологічні послуги лісу, що виявляються в його можливостях генерувати цілу низку благ для збереження та відновлення загальноприродного балансу територій і забезпечення комфортних умов для життєдіяльності людини. Потрібно розуміти, що не кожне нематеріальне благо лісу може бути товаром на конкретному регіональному ринку. Важко уявити те, що в степовій природній зоні України буде попит на можливості лісів щодо створення умов для запобігання селєвих потоків. Тобто відносини суб'єктів регіональних ринків соціально-екологічних послуг лісу повинні враховувати особливості природних зон щодо екологічної напруженості і соціального замовлення територій.

3) За якими умовами може формуватися ціна на товар? З огляду на те, що екологічні та соціальні послуги є специфічним товаром, економічну цінність якого досить складно визначити, бодай на етапі зародження такого ринку інститути ринку повинні бути здатними декларувати і впроваджувати модель ціноутворення, орієнтовану на споживача. В процесі розвитку ринку споживачі можуть зрозуміти, що екологічні та соціальні послуги лісу мають значну споживчу цінність і певною мірою обмежені, модель ціноутворення, відповідно, поведінкова модель суб'єктів ринку може перерости в модель ціноутворення, яка орієнтована на попит [7].

4) Яким є обсяг товару, можливий обсяг ринку? Визначається потенціальними можливостями лісу природних зон генерувати певні екологічні та соціальні блага. Не може обмежена ділянка лісу прийняти необмежене число туристів чи відпочиваючих, які можуть так затоптати, ущільнити землю лісової ділянки, що на її рекультивацию потрібні будуть більші витрати від тих фінансових надходжень, що можуть надійти від реалізації рекреаційної послуги лісу. Тобто суб'єкти ринку повинні бути здатними прогнозувати динаміку розвитку економічної системи.

5) Як визначається ціна такого товару як соціально-екологічна послуга? В основі формування ціни на соціально-екологічні послуги лісу може лежати баланс між значенням екологічних і соціальних функцій лісу для конкретних природних та етнічно-природних територій (опосередкованим економічним ефектом) та затратами на відтворення збереження лісів на певний період часу з урахуванням галузевого нормативного коефіцієнта ефективності, скоригованого на специфіку напрямку господарської діяльності. Цілком зрозуміло, що за ринковими умовами ціноутворення вартість конкретної соціально-екологічної послуги в різних природних зонах бути різнитися залежно від екологічного стану природних територій і соціального замовлення. Суб'єктам ринку соціально-екологічних послуг лісу потрібно буде враховувати те, що рівень рентабельності соціально-екологічного напрямку лісогосподарювання повинен бути значно вищий за загальноприйнятий насамперед завдяки тому, що собівартість такого товару нижча, а також відсутні витрати на його транспортування.

6) За якими формальними та неформальними правилами і нормами може функціонувати ринок екологічних і соціальних



Рис. 1. Особливості поведінкової моделі суб'єктів ринку соціально-екологічних послуг

послуг лісу? Функціонування ринку екологічних і соціальних послуг лісу має проходити в певному законодавчому і нормативному полі за дійової системи адміністративного та громадського контролю. Річ в тім, що ринок екологічних і соціальних послуг лісу в загальній системі сучасного ринку послуг суттєво відрізняється саме специфікою товару. Наприклад, типовою екологічною послугою лісу є захист сільськогосподарських земель від ерозії чи захист сільськогосподарських рослин від суховіїв. Надання такої послуги приносить певний економічний результат, а саме підвищення врожаю, який легко визначити, а безпосередні користувачі цієї послуги, тобто сільськогосподарські виробники, повинні певним чином платити, бодай як відшкодування витрат суб'єкта лісогосподарювання за вирощування та збереження лісового масиву. Водночас збережений лісом природний рельєф місцевості, природне рослинне різноманіття мають загальноприродні корисності. Підтримання здатності лісу надавати таку послугу, тобто екологічного потенціалу лісової ділянки, має бути обов'язком держави шляхом бюджетного фінансування лісової галузі.

Особливості поведінкової моделі суб'єктів ринку соціально-екологічних послуг наведені на рис. 1.

Наведені особливості поведінкової моделі суб'єктів ринку соціально-екологічних послуг слугують певними концептуальними засадами формування системи інституціонального забезпечення ринку, що повинна врахувати особливості під час визначення правового статусу дій суб'єктів ринку.

Висновки. Специфіка ринку соціально-екологічних послуг значною мірою визначається об'єктом ринку, порядком розподілу і споживання. Особливості поведінки основних суб'єктів ринку, продавців і покупців, визначаються обмеженістю у виборі постачальників, складністю визначення предмета, обсягу й ціни контракту купівлі-продажу, значними прогалинами правового й нормативного поля щодо регулювання процесу комерційного обігу соціально-екологічного ресурсу.

Обмеженість у виборі постачальника визначається тим, що єдиними постачальниками такого товару на певній території можуть бути суб'єкти лісогосподарювання саме цих територій, ринок екологічних і соціальних послуг лісу найбільш близький до виду ринку чистої природної монополії.

Складність конкретизації предмета контракту полягає в тому, що предметом комерційного обміну є специфічний товар, а саме соціально-екологічні послуги лісу, що виявляються в можливостях лісових екосистем одночасно генерувати цілу низку благ для збереження та відновлення загальноприродного балансу територій, забезпечення комфортних умов для життєдіяльності людини, підвищення ефективності господарської діяльності.

Проблеми визначення обсягу контракту можуть спіткати суб'єктів ринку з огляду на те, що потрібно мати методики оцінки саме комерційної складової загального соціально-екологічного ресурсу лісу, тобто тієї складової, на яку вже сформовано або буде сформовано попит.

Складність визначення ціни контракту полягає у визначенні опосередкованого економічного чи соціального ефекту від споживання соціально-екологічної послуги.

Процеси надання й споживання соціально-екологічного ресурсу лісу можливі за певних економічних, соціальних і загальноприродних (екологічних) інтересів.

Література:

1. Словник термінів ринкової економіки / за ред. В. Науменка. Київ: Глобус, 1996. 288 с.
2. Самуэльсон П. Экономика. Москва: Машиностроение; НПО «АЛГОН», 1994. Т. 2. 445 с.
3. Кузьминых Ю. Экономические основы формирования рынка экологических услуг в РФ (на примере лесных углеродных сертификатов): автореф. дис. ... докт. экон. наук. Москва, 2005. 34 с.
4. Мішенін Є., Олійник Н. Розвиток ринку екосистемних послуг як напрямок посткризового зростання економіки України. Механізми регулювання економіки. 2010. Т. 3. № 3. С. 104–117.
5. Дегтярь Н. Економіка екосистемних послуг: теоретико-методологічні основи. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2015. № 26. С. 243–257.
6. Соловій І., Монастирська Л. Плата за екологічні послуги лісів: аналіз економічних інструментів. Економіка: проблеми теорії та практики: збірник наукових праць. Дніпропетровськ: ДНУ, 2008. Вип. 236: в 5 т. Т. 2. С. 193–200.
7. Suska A. Investigation of the institutional equilibrium of the market of social and environmental services of forest: conditions and development strategies. Technology audit and production reserves: International Journal. 2017. № 3/5 (35). P. 26–31.

Суска А.А. Особенности поведенческой модели субъектов рынка социально-экологических услуг леса

Аннотация. В статье приведены, обоснованы особенности поведенческой модели субъектов рынка социально-экологических услуг как новой эколого-экономической системы лесного сектора экономики Украины. Обосновано, что особенности действий субъектов рынка в процессе коммерческого оборота социально-экологического ресурса определяются спецификой такой эколого-экономической системы, как «объект рынка – социально-экологическая услуга», источником генерирования товара, распределением товара, эффектом от употребления такого товара. На поведенческую модель субъектов рынка также влияют ограниченность в выборе поставщика, сложность определения объема и цены контракта купли-продажи, несовершенство правового и нормативного поля.

Ключевые слова: рынок, социально-экологическая услуга, субъекты рынка, поведенческая модель, объект рынка, поставщики, потребители, предмет контракта, объем контракта, цена контракта, правовое и нормативное поле.

Suska A.A. Behavioral pattern features of forest socio-ecological services market participants

Summary. The paper presents and substantiates behavioral pattern peculiarities of participants of the forest socio-ecological services market, as a new eco-economic system for Ukraine's economy forest sector. The peculiarities of market entities actions in the commerce stream process of the socio-ecological resource are substantiated to be determined by the specifics of such an ecological-economic system, including: a socio-ecological service as a market object, a source of product generation, the product distribution, the consumption effect of such a product. This affects the behavioral pattern of market actors. That is evident in such features as: the limited choice of a supplier, the complexity of determining the subject volume and the price of a contract of sale, the imperfection of the juridical and normative framework.

Keywords: market, socio-ecological service, market actors, behavioral pattern, market object, suppliers, consumers, scope of contract, contract volume, contract price, juridical and regulatory framework.