УДК 630[9+181]*

Асист. А.М. Польовський, канд. екон. наук – НЛТУ України, м. Львів

АНАЛІЗ ДОСВІДУ США ЩОДО ПРОДАЖУ ДЕРЕВИНИ З ДЕРЖАВНИХ ЛІСІВ

Досліджено аукціонні торги лісовою продукцією як інструмент лісової політики. Проаналізовано досвід проведення аукціонів з продажу лісу на корені у США та встановлення стартових цін продажу деревини. Подано рекомендації щодо вдосконалення аукціонних торгів лісовою продукцією в Україні.

Ключові слова: лісове господарство, лісова політика, ліс на корені, аукціони, державні ліси.

Продаж деревини на аукціонах є важливим економічним інструментом лісової політики, що має на меті забезпечити встановлення справедливої ринкової ціни на лісові ресурси. Конкурсний продаж деревини створює умови для існування конкурентного ринку лісової продукції, а отже, отримання максимальної лісової ренти для подальшого фінансування лісового господарства. В Україні ліс на корені не виставляють на аукціонний продаж лісозаготівельникам, а функціонування спеціалізованих аукціонних торгів з продажу необробленої деревини має недоліки [1, 3]. З огляду на те, актуальним завданням є вивчення зарубіжного досвіду проведення аукціонного продажу деревини з метою удосконалення існуючого в Україні механізму аукціонних торгів лісовою продукцією.

У США уряди штатів відіграють істотну роль у менеджменті державних лісів. У власності штатів знаходиться понад 63 млн акрів (1 акр = 0,40469 га), тобто 25,5 млн га, що становить майже 20 % державного лісового фонду країни, до складу якого входять також федеральні, окружні та муніципальні ліси. Більшість лісів (73 %) знаходяться у приватній власності, тоді як частка федеральних лісів становить 21 %, лісів штатів – 4 %, окружних та муніципальних – 2 %. Управлінням державними лісами займаються переважно агенції з природних ресурсів або ж охорони природи, часто окремі лісові відділи таких підрозділів. Саме ці державні агенції займаються продажем лісу на корені [5].

Лісові агенції штатів відповідальні за забезпечення пропозиції деревини для деревообробної галузі та виконання екологічних та соціальних функцій лісів. Окрім цього, прибутки, отримані від продажу деревини на корені, частково фінансують шкільну освіту на місцевому рівні більшості штатів. До основних цілей роботи лісових агенцій штатів належать охорона біорізноманіття, підтримка водозахисних та ґрунтозахисних функцій лісів, забезпечення стабільного приросту деревини, а також рекреаційні функції та підтримка місцевої економіки. Лише для чверті лісових агенцій штатів головною метою діяльності є ведення лісового господарства заради отримання прибутків.

Основними покупцями деревини з лісів штатів є приватні лісозаготівельники, деревообробні підприємства та посередники. У середньому на приватних лісозаготівельників та деревообробні підприємства припадає 90 % обсягів продажу, половину з яких використовують для виробництва пиломатеріалів, а решту – для виробництва паперу, будівельних панелей, фанери та

енергії (включно з дровами). Цікавим є той факт, що в деяких штатах державні лісові агенції самостійно наймають приватних лісозаготівельників для заготівлі лісу на корені та транспортування деревини на державні нижні склади. Таким чином, державні агенції самостійно продають оброблені лісоматеріали, що дає змогу їм отримати більше прибутків.

Рівень конкуренції під час проведення продажу лісу на корені з державних лісів штатів часто дуже низький. Приблизно на дві третини деревини з лісових ділянок претендують не більше ніж 5 покупців, на решту зголошуються 1-2 покупці. Низький рівень конкуренції пов'язують з відсутністю деревообробних підприємств на близьких віддалях до державних лісів. Істотна частка проданої деревини транспортується на великі відстані. Так, 30 % заготовленої з державних лісів деревини транспортується на 100 миль (160 км) і більше [5].

Найпоширенішими видами торгів у США є такі аукціони:

- закритий аукціон першої ціни (the first-price sealed bid auction), на якому покупці подають свою пропозицію ціни у закритих конвертах і виграє той, хто запропонує найвищу ціну;
- закритий аукціон другої ціни (the second-price sealed bid auction), на якому покупці подають свою пропозицію ціни у закритих конвертах і виграє той, хто запропонує другу за величиною ціну, тобто найкращу ціну серед запропонованих покупцями, які вже програли (також відомий як аукціон Вікрі – Vickrey auction);
- відкритий аукціон з підвищенням цін (the ascending-bid auction), на якому ціна поступово підвищується, поки не залишиться один покупець, який пропонує найвищу ціну;
- відкритий аукціон із зниженням цін або голландський аукціон (the descending-bid auction or Dutch auction), на якому ціна поступово знижується, поки один з покупців не погодиться на оголошену ціну.

Варто зазначити, що 76 % всієї деревини на корені продають на аукціонах, решту продають за прямими договорами. Основним методом проведення аукціону є закриті торги першої ціни (91 %), тоді як усні відкриті торги з підняттям ціни використовують дедалі рідше. Це зумовлено тим, що закриті аукціони потенційно приносять більше прибутку державним агенціям в умовах низької конкуренції, а ціна продажу відображає справедливу ринкову вартість лісу на корені. Закриті аукціони другої ціни та голландські аукціони не використовуються лісовими агенціями штатів [5].

Поширення закритих аукціонів відбувалося впродовж останніх 10 років. Дослідження показали, що на закритих аукціонах ціни продажу вищі, порівняно з цінами на усних відкритих торгах. При підготовці до закритого аукціону покупці (заготівельники) витрачають більше часу на вивчення та оцінку пропонованих ділянок, а отже, більш зважено і спокійніше підходять до пропозиції власної ціни. Внаслідок вони пропонують вищі ціни, ніж на усному відкритому аукціоні, атмосферу якого часто характеризують як шалену і надмірно емоційну. Психологічний ефект від постійного підняття ціни в такій атмосфері призводить до відмови покупців значно підвищувати свою пропозицію ціни [5].

Важливим моментом для будь-якого аукціону є визначення стартових цін. Приблизно у половині випадків продажу деревини стартові аукціонні ціни встановлюються на рівні повної оціночної вартості деревостану. У всіх інших випадках стартова ціна встановлюється у розмірі 50-90 % від оціночної вартості. В деяких штатах стартова ціна встановлюється на рівні покриття витрат на проведення аукціону та процедури продажу ділянки. Деякі штати взагалі не встановлюють стартових цін, тобто покупці пропонують свої власні ціни [5].

Оскільки кореневі платежі (лісові такси) у США відсутні, їх еквівалентом є кореневі ціни, які визначаються внаслідок оцінки вартості лісу на корені. Для встановлення такої оціночної вартості використовуються два основні методи: за залишковою вартістю (residual value approach); прямою оцінкою на основі статистичної інформації попередніх торгів ділянками з подібними характеристиками (transactional evidence approach).

Так, за першим методом залишкова вартість лісу визначається шляхом віднімання від вартості продажу продукції, виготовленої з деревини, суми встановлених виробничих витрат (витрати покупця на будівництво доріг та інших споруд, транспортування деревини тощо) та норми прибутку і ризику. Виробничі витрати і вартість лісу визначають з врахуванням середньої ефективності лісозаготівлі, умов заготівлі, розміру та якості деревини. Незважаючи на простоту самої процедури розрахунку, цей метод має істотні недоліки, а саме: використання середніх величин змінних, неврахування всіх факторів, що впливають на кореневі ціни, та відсутність досконалої інформації про витрати лісозаготівельників [2, 4].

На відміну від оцінки лісу за залишковою вартістю, методи прямої оцінки використовують принципово інший підхід до оцінки: визначається відразу кінцева ціна продажу лісу на корені. При цьому не потрібно встановлювати витрати на звалювання, трелювання та переробку деревини. Досягається це за рахунок застосування регресійного аналізу та побудови регресійних економетричних моделей на основі інформації про минулі продажі лісових ділянок. Перевагою такого методу є значно більша точність оцінки, порівняно з методом залишкової вартості, однак недоліком є необхідність збирання значного обсягу інформації про продаж лісу на корені, а також організації системи збирання такої інформації [2, 4].

Забезпечення доступу до ділянки та будівництво лісових доріг є відповідальністю державних агенцій (44 % випадків) або покупців (39 % випадків). У решті випадків будівництво лісових доріг фінансується спільно (17 %). У середньому покупці покривають 58 % витрат на будівництво лісових доріг, а решту 42 % оплачує уряд штату. Для заготівлі та вивезення деревини приватні лісозаготівельники мають не більше ніж 2 роки (86 % контрактів), дуже рідко їм надається 3-5 років (лише 6 % контрактів). Оплату за придбаний ліс на корені у 63 % випадків проводить покупець відразу в повному обсязі. Водночас у 37 % випадків оплата проводиться поетапно відповідно до обсягів заготівлі та вивезення деревини заготівельником з лісової ділянки [5].

Зазвичай, коливання цін на ринку кінцевих продуктів перероблення деревини впливає на кореневі ціни. Так, у штаті Мінесота у 2005 р. ціни на деревину на корені сягнули рекордних позначок, порівняно з 2003 р. (зростання на 44 %), що було пов'язане із значним зростанням попиту на деревину на ринку вторинної та кінцевої продукції деревооброблення. В багатьох випадках ціни на аукціонах були у 5 разів вищими від оціночної вартості деревини. Однак від 2006 до 2008 рр. умови різко змінилися і ціни знизилися більш ніж у 2 рази. Більшість запропонованих на продаж ділянок не було продано. Падіння ринку нерухомості та будівництва житла значно знизило попит на продукцію деревооброблення. Це навіть призвело до закриття трьох найбільших деревообробних підприємств у штаті Мінесота. Схожа ситуація була в інших штатах. Відсутність надходжень від продажу лісу на корені в ці роки призвели до недовиконання планів у лісовому господарстві (зокрема: доглядових рубань, лісовідновлення та лісорозведення) [5].

Отже, проведений аналіз досвіду США щодо проведення аукціонних торгів дає змогу зробити такі рекомендації:

- в Україні варто застосовувати не лише відкриті усні аукціони, але й інші види, зокрема закриті аукціони першої та другої ціни для забезпечення конкурентного середовища та отримання вищих цін продажу;
- важливою умовою результативного аукціону є правильне визначення стартових цін, для чого необхідно застосовувати різні підходи до економічної оцінки лісових ресурсів;
- поява в українському лісовому секторі приватних лісозаготівельників зумовлює необхідність створення конкурентного ринку з продажу лісу на корені. Відмова від лісових такс, запровадження кореневих цін та аукціонного продажу лісу на корені дасть змогу підвищити рівень прибутковості та ефективності лісового господарства.

Таким чином, "однією з причин низьких кореневих платежів та недоотримання економічної ренти є відсутність конкурентних лісових торгів. Через це держава не лише не має змоги встановити величину кореневих платежів на рівні, що відображає справжню вартість деревних ресурсів, але також не отримує додаткові кошти від ґрунтозахисних, водозахисних та інших корисних екологічних функцій лісу. За умови існування конкурентних лісових торгів була б можливість надавати право користування лісом тим користувачам, які здатні ефективно проводити багатофункціональний лісовий менеджмент, а не лише використовувати деревні ресурси" [6, с. 242]. Це підтверджує важливість аукціонних торгів як інструменту платного користування лісовими ресурсам, механізму ціноутворення в лісовому секторі та інструменту лісової політики щодо відтворення і використання екологічних, економічних та соціальних функцій лісу.

Література

1. Дацько С.Я. Аналіз конкурсного продажу необробленої деревини підприємствами Львівського ОУЛМГ / С.Я. Дацько // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.11. – С. 132-138.

2. Польовський А.М. Досвід США щодо визначення попневих платежів / А.М. Польовський // Науковий вісник УкрДЛТУ : зб. наук.-техн. праць. – Львів : Вид-во УкрДЛТУ. – 1999. – Вип. 9.13. – С. 243-247.

3. Польовський А.М. Застосування розрахункової моделі часткової рівноваги попиту і пропозиції лісової продукції для аналізу лісової політики України / А.М. Польовський // Регіональна економіка : наук.-практ. журнал. – 2008. – № 3. – С. 57-64.

4. Польовський А.М. Огляд методів оцінки лісу на пні в зарубіжних країнах / А.М. Польовський // Науковий вісник УкрДЛТУ : зб. наук.-техн. праць. – Львів : Вид-во УкрДЛТУ. – 2000. – Вип. 10.2. – С. 213-217.

5. A National Review of State Timber Sale Programs and An Analysis of Factors Influencing Minnesota State Stumpage Prices / M. Kilgore, R. Brown, C. Blinn et al. // A Report to the Minnesota Forest Resource Council. – University of Minnesota, 2010. – 152 p.

6. Fraser A.I. Making forest policy work / A.I. Fraser. – Kluwer Academic Publishers, 2002. – 280 p.

***Польовский А.М.* Анализ опыта США по продажам древесины из государственных лесов**

Исследованы аукционные торги лесной продукцией как инструмент лесной политики. Проанализирован опыт проведения аукционов по продаже леса на корню в США и определения стартовых цен на древесину. Представлены рекомендации по усовершенствованию аукционных торгов лесной продукцией в Украине.

Ключевые слова: лесное хозяйство, лесная политика, лес на корню, аукционы, государственные леса.

***Polovskyy A.M.* An analysis of the US experience in stumpage sales from State Forests**

Auction sales as an instrument of forest policy are examined. The U.S. experience of stumpage auction sales and reserve prices determination are analyzed. Recommendations for improving timber auction sales in Ukraine are developed.

Keywords: forest management, forest policy, stumpage, auctions, state forests.

УДК 658.5:33+061.5

Аспір. В.В. Серветник-Царій[1] – Львівська КА

ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено підходи до трактування сутності економічного потенціалу загалом і на основі цього – торговельного підприємства. Розгляд сутності поняття "економічний потенціал торговельного підприємства" проведено стосовно розгляду його структурного формування в історичному аспекті. Результати дослідження є основою для формування теоретичних засад та практичних напрямів управління економічним потенціалом торговельного підприємства.

Ключові слова: потенціал, економічний потенціал, торговельне підприємство.

Вступ. Торгівля – сфера національної економіки, яка найбільш чутливо реагує на кризовий стан у країні, з одного боку, та найбільш повно і швидко відображає прояви такої ситуації – з іншого. Після фінансової кризи 2008 р. та в очікуванні другої хвилі кризи, торгівля має шанси перемагати в конкурентній боротьбі та розвиватись лише за умови максимально можливого ефективного використання свого потенціалу.

Невідкладним завданням економістів торговельних підприємств є управління ефективним використанням існуючого потенціалу та виявлення потенційних можливостей забезпечення конкурентоспроможності та ефективності на перспективу. Відтак, економічний потенціал торговельного підприємства виступає предметом невідкладного як управління, так і дослідження.

[1] Наук. керівник: доц. Б.М. Шевчик, канд. екон. наук – Львівська КА

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття потенціалу загалом та економічного зокрема в діяльності підприємств, як його складова, основа функціонування, почали в наукових дослідженнях та прикладних заходах використовувати відносно недавно. Зокрема економічний потенціал підприємств досліджували такі вчені, як: Л.І. Абалкін, В.М. Авдєєнко, Р.А. Білоусов, О.М. Волкова, Е.П. Горбунов, П.А. Ігнатовський, Ф.І. Євдокімов, Г.Б. Клейнер, В.В. Ковальов, Н.С. Краснокутська, О.В. Мізіна, І.І. Лукінов, Р.В. Марушков, Б.М. Мочалов, С.В. Мочерний, О.І. Олексюк, І.М. Рєпіна та ін.

Разом з тим, відсутність єдиного підходу до трактування сутності та складу економічного потенціалу підприємства зумовлюють необхідність наукового пошуку названої проблематики. Особливо актуально ця проблема постає стосовно дослідження економічного потенціалу торговельного підприємства з врахуванням специфічних функцій торгівлі та особливостей господарювання торговельних підприємств.

Постановка завдання. Метою роботи є дослідження сутності "економічного потенціалу торговельного підприємства" як основи для формування теоретичних засад та практичних напрямів управління економічним потенціалом торговельного підприємства.

Виклад основного матеріалу. Розгляд сутності поняття "економічний потенціал торговельного підприємства" доцільно, на нашу думку, проводити згідно з розглядом його структурного формування в історичному аспекті. Ключовим словом у досліджуваному терміні є поняття потенціалу. Дослідження етимології поняття "потенціал" дає змогу виявити, що термін походить від латинського "potentia" і в перекладі означає "сила, міць" [1]. Вікіпедія трактує поняття потенціалу як "можливості, наявні сили, запаси, засоби, що можуть бути використані" [2]. Невідкладне застосування терміна "потенціал" – природничі науки.

В економіці термін "потенціал" вперше з'являється в 1924 р. в контексті з виробничими силами. "Потенціал виробничих сил", який запропонував К.Г. Воблій, розглядає потенційну можливість країни виробляти матеріальні блага для задоволення потреб населення [3]. Таким чином, термін "потенціал" використовувався на макрорівні, охоплюючи економіку країни та її можливості.

На думку окремих дослідників [3, 4] на мікрорівень, тобто стосовно підприємства, поняття "потенціалу" запровадив Л.І. Абалкін. Так, у 1981 р. вчений під цим поняттям розглядав узагальнену збірну характеристику ресурсів, прив'язану до місця і часу. У 1983 р. В.М. Архангельський трактував "потенціал підприємства" як сукупність засобів, запасів, джерел, які є і можуть бути мобілізованими для досягнення певної мети або розв'язання певної задачі [4]. Надалі ресурсну концепцію трактування сутності "потенціалу" підтримує у своїх дослідженнях і І.М. Рєпіна (1998 р.), яка розглядає підприємницький потенціал як сукупність ресурсів (трудових, матеріальних, техніч-