

Pomen aktivnega uravnavanja trga z gozdnimi sortimenti

The Importance of active Regulation of Wood Assortment Market

Milan ŠINKO*

Izvleček

Šinko, M.: Pomen aktivnega uravnavanja trga z gozdnimi sortimenti. *Gozdarski vestnik*, št. 3/1993. V slovenščini s povzetkom v angleščini, cit. lit. 13.

V prispevku so na podlagi primerjave trga z gozdnimi sortimenti s popolnim trgom (popolna konkurenca) in s trgom surovin opredeljeni razlogi za aktivno regulativo trga gozdnih sortimentov. Ekonomski razlogi gojenja gozdov pridejo do veljave samo na trgu, ki se približuje popolnemu trgu.

Ključne besede: trgovina, trg, gozdni sortimenti, gozdarska politika, ekonomika.

Synopsis

Šinko, M.: The Importance of Active Regulation of Wood Assortment Market. *Gozdarski vestnik*, No. 3/1993. In Slovene with a summary in English, lit. quot. 13.

Based on the comparison of roundwood market with complete market (full competition) and the raw material market, the article defines the reasons for active regulation of roundwood market. Economic reasons of silviculture are only carried into effect on the market which is similar to complete market.

Key words: trade, market, roundwood, forest policy, economics.

1. UVOD

1. INTRODUCTION

Sprostititev trgovine z gozdnimi sortimenti (oz. prenehanje obveznosti prodaje gozdnogospodarskim organizacijam) je bila ena izmed najpomembnejših zahtev lastnikov gozdov oz. interesnih in političnih skupin, ki so jih zastopale na razpravah o novem Zakonu o gozdovih v letih od 1989 dalje. Kar 62 odstotkov zasebnih lastnikov je v anketi (MEDVED 1991) odgovorilo, da jim dotedanji sistem odkupa gozdnih sortimentov ne ustreza. Ta zahteva je bila tudi za gozdarsko stroko ena najmanj spornih. S sproščeno trgovino gozdnih sortimentov so predvsem lastniki gozdov pričakovali večjo ekonomsko učinkovitost (v isti anketi jih je 84 odstotkov odgovorilo, da bodo gozdne sortimente prodajali najboljšim ponudnikom), ki naj bi bila posledica delovanja tržnih mehanizmov. Institucionalizirano gozdarstvo (»stroka«) pa je menilo, da bo že svobodno odločanje o prodaji gozdnih sor-

timentov lastnikom povrnilo občutek, da gospodarijo s svojim premoženjem.

Kmalu se je izkazalo (WINKLER 1991), da tudi svobodni trg (karkoli nam v tem trenutku ta pojem pomeni) gozdnih sortimentov ne more nastati čez noč ali z administrativnimi ukrepi, tako kot tudi prejšnji sistem obveznega odkupa ne. Zelo opazno postaja pomanjkanje znanja in izkušenj o tem področju gozdnega gospodarstva, pa tudi dejstvo, da »nevidna roka« A. Smitha ni samodejni mehanizem, ki pripomore k blagostanju družbe zgolj zaradi politične odločitve. Pojavljajo se vprašanja, v kolikšni meri je treba zavestno in načrtno vplivati na dejavnike, ki so pogoj za delovanje popolne konkurence na trgu gozdnih sortimentov. Zato v prispevku ugotavljamo posebnosti trga z **gozdnimi sortimenti**¹ in razloge, ki vodijo v aktivno uravnavanje njegovega delovanja.

¹ Gozdni lesni proizvodi, ki se razlikujejo po vrstah in dimenzijah (LIPOGLAVŠEK 1988)

² Konkurenco lahko opredelimo (TAJNIKAR 1992) kot dinamičen proces, ki nastane s spopadom gospodarskih subjektov, katerih temeljna značilnost je, da lahko na trgu nadomestijo drug drugega.

* Mag. M.Š., dipl. inž. gozd., ekon., Biotehniška fakulteta, Večna pot 83, Ljubljana, SLO

2. POMEN POPOLNE KONKURENCE

2. THE SIGNIFICANCE OF COMPLETE COMPETITION

Trg gozdnih sortimentov bomo primerjali s trgov, ki ga opredeljuje popolna konkurenca. Proučevanje popolne konkurence omogoča abstrahiranje državne intervencije in monopolov, kot dveh skrajnosti, ki lahko vplivata na trg ter tako spoznavanje ekonomskih zakonitosti, kot objektivnih posledic danih vzrokov. V našem prispevku pa je popolna konkurenca,² kot ena od oblik tržnega organiziranja (TAJNIKAR 1992), osnova za ugotavljanje možnosti učinkovitosti delovanja trga gozdnih sortimentov in za utemeljevanje vključevanja ukrepov (gozdno)gospodarske politike v trgovini z gozdnimi sortimenti.

Popolna konkurenca nas zanima predvsem zato, ker omogoča oblikovanje takih cen proizvodov, storitev in proizvodnih dejavnikov, ki ob racionalnem obnašanju porabnikov (maksimiziranje porabnikove koristi) in podjetij (maksimiziranje profita) omogoča uresničevanje Paretovih načel učinkovitosti (TAJNIKAR 1992, MADDALA, MILLER, 1989), ki opredeljujejo narodnogospodarsko učinkovitost. Učinkovito gospodarstvo spodbuja neoviran pretok storitev in proizvodnih dejavnikov med porabniki in podjetji, kot je možno le v (hipotetičnih) razmerah popolne konkurence.

Učinkovitost v tržnih gospodarstvih v sodobni ekonomski teoriji temelji na suverenosti podjetja in porabnika. Popolna konkurenca zahteva, da je najvišja gospodarska oblast v podjetju in pri porabniku ter da so višji od te oblasti le zakoni (popolne) konkurence (TAJNIKAR 1990). Vsako narodno gospodarstvo je zato pred odločitvijo, kakšno stopnjo gospodarske suverenosti podjetja in porabnika naj izbere, da bo ustvarilo maksimalne družbene dobrobiti (družbeno blaginjo).

Za gozdnogospodarsko politiko je pomembno splošno spoznanje (TAJNIKAR 1992), da trg (niti v pogojih popolne konkurence) z družbenega vidika ni učinkovit vsaj v treh primerih. To je v primeru **nepopolne konkurence, eksternih ekonomij** (primer: onesnaževanje okolja) in **javnih dobrin**.

Nepopolna konkurenca je opredeljena kot ogroženost konkurenčnega položaja podjetja zaradi monopola (oligopola) drugih podjetij. Država odpravlja nepopolno konkurenco predvsem s protimonopolno zakonodajo, katere del je tudi protidampinška zakonodaja.

Eksterne ekonomije (eksternalije) nastanejo v odnosih med ekonomskimi subjekti in se ne izrazijo na trgu. Vedenje posameznika ali podjetja povzroči zmanjšanje koristi drugega.

Javne dobrine so dobrine, ki pri rabi enega posameznika ne izključujejo sočasne rabe drugega. Pomembna lastnost javnih dobrin je, da trg ne zagotavlja ustrezne količine javnih dobrin. Trajno zagotavljanje proizvodnih («materialnih») rezultatov gospodarjenja z gozdovi ter hkratno splošno-koristnih vlog kot javnih dobrin je temeljni problem gozdarske in tudi gozdnogospodarske politike.

Država v primerih, ko trg ni dovolj učinkovit, s posameznimi ukrepi omeji suverenost podjetja z družbeno suverenostjo in poizkuša uresničiti maksimalno družbeno korist. Čeprav so v gozdnem gospodarstvu navzoče vse tri oblike neučinkovitosti trga in so celo v določeni medsebojni povezanosti, nas bo v primeru trga gozdnih sortimentov zanimala predvsem nepopolnost trga.

3. TRG Z GOZDNIMI SORTIMENTI IN POPOLNA KONKURENCA

3. ROUNDWOOD MARKET AND COMPLETE COMPETITION

Značilnosti trga gozdnih sortimentov opredelimo s primerjanjem s popolnim trgov, ki je osnova za določanje posameznih oblik trga. Za popoln trg je značilna popolna konkurenca, ki temelji na več podmenah, najpomembnejše pa so (MADDALA, MILLER 1989):

1. Vsako podjetje na trgu je v primerjavi z velikostjo trga tako majhno, da ne more vplivati na cene (atomizacija ponudbe in povpraševanja).

2. Proizvodi so homogeni, kar pomeni, da je proizvod enega prodajalca enak pro-

izvodu drugega. Kupec ne diskriminira posameznih prodajalcev.

3. Za proizvodnjo je značilen prost vstop in izhod. Vsako novo podjetje je samostojno pri odločitvi za začetek proizvodnje in vsako obstoječe podjetje lahko z njo preneha.

4. Obstaja popolna mobilnost proizvodnih dejavnikov.

5. Udeleženci na trgu imajo popolno znanje o trgu (cene, količine, stroški, itd.). Vsak ima tudi popolno znanje o prihodnosti.

Navedenim podmenam je treba dodati še splošno (LAVRIČ 1979), da se kupci in prodajalci vedejo racionalno – prodajalci žele doseči čim višjo ceno, kupci pa kupiti blago po čim nižji ceni. Ali povedano drugače, vsak prodajalec maksimizira profit, kupec pa koristnost ob svojih dohodkovnih omejitvah. Poznavanje kakovosti proizvoda in cene, ki na trgu prevladuje, je osnova za racionalno obnašanje.

V konkretni stvarnosti je konkurenca tem bolj popolna, v čim večji meri so uresničene podmene popolne konkurence in tako lahko ugotovimo za trg gozdnih sortimentov naslednje:

- zaradi tehnoloških zahtev industrijske proizvodnje se je lesna predelava (povpraševanje) *skoncetrirala* v relativno manj številne, vendar večje obrate, medtem ko je zgodovinski razvoj vodil v veliko drobitev proizvodno nepovezanih lastnikov gozdov (ponudba). Vpliv ponudbe in povpraševanja na tržišče ni enakomeren;

- *nehomogenost proizvodov* je zaradi dejavnikov gozdne proizvodnje zelo velika, pri čemer ima velik pomen substitucijski učinek med gozdnimi sortimenti, saj lahko gozdne sortimente višje kakovosti uporabimo tudi v proizvodnji, ki s tehnološke plati lahko predeluje gozdne sortimente nižje kakovosti;

- gozdno proizvodnjo omejujejo naravni dejavniki – omejenost gozdnih površin, zato je *omejenost vstopa* v proizvodnjo velika. Zaradi družbenih zahtev do gozda je onemogočeno tudi popolno in trajno prenehanje s proizvodnjo, predvsem na dolgi tok;

- mobilnost proizvodnihorcev je nizka zaradi dolgoročnega značaja in tehnoloških pogojev gozdne proizvodnje.

Tudi podmena popolne konkurence – popolno poznavanje sedanjega in prihodnjega trga – je težko dosegljiva. Glavni razlog je časovna in prostorska razpršenost ponudbe, v manjši meri pa tudi povpraševanja. Prostorska razpršenost vpliva predvsem na ustvarjanje lokalnih monopolov tako v ponudbi kot povpraševanju. Delež transportnih stroškov v proizvodnji gozdnih sortimentov lahko namreč odločilno vpliva na konkurenčnost posameznega tržnega udeleženca.

Velik vpliv ima tudi velika stopnja negotovosti (dolgi časovni horizont) in tveganja (možnost elementarnih nezgod) v gozdni proizvodnji.

Če torej primerjamo možnosti delovanja trga gozdnih sortimentov s stališča popolno konkurenčnega trga, lahko opazimo, da večina pogojev ni izpoljenih oz. ne more biti izpoljenih brez ustrezne regulative.

4. TRG GOZDNIH SORTIMENTOV KOT TRG SUROVIN

4. ROUNDWOOD MARKET AND RAW MATERIAL MARKET

Trg z gozdnimi sortimenti lahko opredelimo kot *trg surovin* (ang. industrial market) (KOTLER 1986). Tak trg sestavljajo posamezniki in organizacije, ki pridobivajo dobrine ali storitve za proizvodnjo drugih proizvodov ali storitev. Kot kupec se tu praviloma pojavljajo organizacije, ki s svojim posebnim nakupnim vedenjem opredeljujejo trg in ga značilno ločijo od trga potrošnikov po tržni strukturi, značilnosti povpraševanja, značaja nakupovalne enote in vrste odločitev ter odločitvenega procesa. Kot posebna značilnost trga gozdnih sortimentov je pomembna heterogenost gozdnih proizvodov, kar povzroča nastanek delnih trgov za posamezne gozdne sortimente, ki so časovno in prostorsko ločeni (MANTAU 1981), vendar med njimi poteka pretok blaga, ki je posledica možnosti substitucije gozdnih sortimentov nižje kakovosti s tistimi z višjo.

Za tržno strukturo trga surovin je značilno, da nastopa z manj številnimi, zato pa

z velikimi kupci. Podobno velja tudi za ponudbo. Pojavi se geografska koncentracija povpraševanja in ponudbe. Posebna značilnost trga surovin je značaj nakupovalne enote (npr. lesnopredelovalno podjetje), ki v nakupni proces vključuje več udeležencev – predvsem šolanih strokovnjakov za posamezna področja (cena, kakovost, količina). S to lastnostjo se bistveno loči od prodajnega načina posameznega prodajalca, še posebej v gozdarstvu, ko je ponudba več ali manj razpršena.

Povpraševanje na industrijskem trgu je *izpeljano povpraševanje*, saj je odvisno od povpraševanja po končnem proizvodu. Skupno povpraševanje po mnogih industrijskih proizvodih namreč ni močno povezano s spremembami cen, še posebej ne kratkoročno, razlog pa je v zagotavljanju partnerskega odnosa med prodajalci in kupci. Pri izpeljanem povpraševanju je možno, da se zaradi povečanega končnega povpraševanja nesorazmerno poveča ponudba (povpraševanje) surovin. Zato je povpraševanje po mnogih industrijskih dobrinah bolj nestabilno kot potrošniško povpraševanje. Nestabilnost se kaže tudi v tem, da lahko že majhno povečanje potrošniškega povpraševanja nesorazmerno poveča industrijsko povpraševanje po surovinah (načelo pospeška).

5. ZAKAJ »NEGA« TRGA GOZDNIH SORTIMENTOV?

5. THE IMPORTANCE OF "THE CULTIVATING" OF ROUNDWOOD MARKET

Nosilci gozdnogospodarske politike imajo interes, da aktivno sodelujejo pri oblikovanju gozdnogospodarske politike v trgovini z gozdnimi sortimenti. Ti interesi imajo lahko značaj (LEMMEL 1956) splošnih interesov države pri trgovini z lesom (narodnogospodarsko čim boljše zadovoljevanje potreb – narodnogospodarska učinkovitost) ali »gozdarsko politični« značaj. Najpomembnejši razlog za vključevanje državne regulative je **nepopolnost trga**, ki onemogoča, da bi se sposobni gospodarski subjekti, ki se obnašajo racionalno, usmerjali k učinkoviti menjavi in proizvodnji.

Zaradi kratkoročno ireverzibilnih posledic na gozd, ki so lahko posledica nestabilnosti (načelo pospeška) lesnega trga in trga gozdnih lesnih sortimentov kot trga surovin, je treba sodelovati pri uravnavanju njegovega defovanja.

Gozdarsko politični interesi za aktivno gozdnogospodarsko politiko v trgovini z gozdnimi sortimenti se oblikujejo v procesu sprejemanja celotne gozdarske politike.

V slovenskih razmerah se ne moremo izogniti odnosu med nego oziroma gojenjem gozdov in trgom. Eden izmed pomembnih nege oziroma gojenja gozdov je namreč pospeševanje kakovosti pričakovanih gozdnih sortimentov, katerih večja kakovost naj bi se odrazila tudi na trgu v obliki višje cene. Na nepopolnem trgu seveda gospodarski pomen gojenja gozdov le težko ugotovimo (spomnimo se t. i. povprečnih cen). Lahko pa tudi rečemo, da popolna konkurenca na trgu gozdnih sortimentov spodbuja nego oziroma gojenje gozdov, saj si prodajalci prizadevajo pridobiti prednost na trgu pred drugimi tudi z višjo kakovostjo svoje ponudbe. Višjo kakovost bodo na dolgi rok dosegli seveda samo z ustreznimi ukrepi nege oziroma gojenja gozdov. Zato lahko trdimo, da je vlaganje v nego oziroma gojenje gozdov neposredno (življenjsko) povezano z uveljavljanjem pogojev popolne konkurence. Še posebej s stališča lastnikov gozdov.

Zelo pomemben razlog za izvajanje ukrepov, s katerimi bi se približevali popolnem trgu, je neravnotežje med subjekti tako na strani ponudbe kot povpraševanja. Najpomembnejše značilnosti gozdnih posestnikov kot ponudnikov namreč so:

- veliko število ponudnikov,
- majhne količine,
- prostorska razpršenost,
- časovna nerednost ponudbe,
- majhna ekonomska odvisnost od gozda.

Tržno vedenje (predvsem odzivanje na cene, določanje cen, prodaja) posestnikov nam ni znano, lahko pa dokaj zanesljivo dodamo, da so neizkušeni pri prodaji lesa, kar je primer tudi v državah z dolgoletno tržno tradicijo (SCHWARZBAUER 1985).

Seveda bo med ponudniki gozdnih sortimentov tudi država, ki bo lahko zaradi obsega ponudbe državnih gozdov močno vplivala na trg.

Na drugi strani pa so lesnopredelovalni obrati kot povpraševalci po gozdnih sortimentih, ki jih lahko opredelimo z:

- pestro strukturo povpraševalcev,
- veliko majhnih povpraševalcev v žagarski industriji,
- malo velikih povpraševalcev v papirni industriji ter industriji lesnih plošč,
- več ali manj kontinuirano potrebo po lesu, še posebej velikih predelovalcev,
- strokovnejšim pristopom pri nakupnih odločitvah in ravnanju.

Predvsem koncentracija kapitala in znanja kupcev sta razloga, ki zavirata približevanje popolnemu trgu, saj so ponudniki mnogokrat v položaju, ko se ne morejo odločati racionalno.

6. ZAKLJUČKI

V Sloveniji moramo na prehodu v tržno gospodarstvo začeti z aktivno politiko pri urejanju trga gozdnih sortimentov. Vse dosedanje dejavnosti nosilcev gozdarske politike kažejo na to, da se temu področju gozdnega gospodarstva ne posveča nobene pozornosti. Še posebej so zastopani razdrobljeni zasebni lastniki gozdov, ki bodo jutri gospodarili z več kot tri četrtine gozdov.

Pomembno vlogo v sedanjem trenutku imajo tudi gozdnogospodarske organizacije, ki prevzemajo vlogo največjih lesnih trgovcev. Zaradi objektivnih razlogov: kapitala, znanja (strokovno znanje in poznavanje razmer na »terenu«) in tradicionalnih povezav z lesno predelovalno industrijo, imajo velike prednosti pred manjšimi lesnimi trgovci. Ti razlogi so predvsem »podedovani« iz prejšnjega sistema. Ker podjetniški interes ta podjetja sili k ustvarjanju še trdnjega monopolnega položaja na trgu, ne sodelujejo pri oblikovanju trga, ki bi se vsaj na nekaterih področjih približeval popolnemu trgu. Najaktivnejšo vlogo pri oblikovanju gozdnogospodarske politike v trgovini z gozdnimi sortimenti bo morala prevzeti država.

SUMMARY

In Slovenia an active policy in the regulating of roundwood market will have to be started in the transition period to market economy. All the present activities of those who create forestry policy indicate that this field of forest managing has been completely neglected. Especially private forest owners with small plots, who will manage more than three fourths of forests in the near future, are in subordinate position.

At present, an important role is also played by forest managing units which are taking over the role of the greatest timber dealers. Due to objective reasons: capital, know-how (professional knowledge, the knowing of "field" conditions) and traditional links to wood processing industry, they have the advantage over timber merchants of a smaller scale. These reasons are first of all "the heritage" of the former system. Pursuing the business interest, these companies try to assume an even more monopolistic position on the market. They do not cooperate in the forming of the market, which would at least in some fields resemble a complete market. The most active role in the forming of forest managing policy in the dealing with roundwood will have to be taken over by the state.

VIRI

1. Baban, L., 1989. Ekonomija tržišta. Školska knjiga. Zagreb.
2. Jurin, S., Šohinger, J. 1990. Teorija tržišta i cijena. Globus. Zagreb.
3. Koller, P., 1986. Principles of Marketing. Prentice Hall Int. New Jersey.
4. Lavrač, I., 1979. Uvod v politično ekonomijo I. del. Ekonomska fakulteta BK. Ljubljana.
5. Lemmel, H., 1956. Forstliche Holzmarktpolitik. J. D. Sauerländer's Verlag. Frankfurt a. M.
6. Lipoglavšek, M., 1988. Gozdni proizvodi. Tehniška založba Slovenije. Ljubljana.
7. Maddala, G., Miller, E., 1989. Microeconomics, theory and applications. McGraw Hill. New York.
8. Mantau, U., 1981. Rohstoffmarkt Holz. Hochschul Verlag. Freiburg.
9. Mantel, K., 1973. Holzmarkt lehre. Neumann - Neudamm. Melsungen.
10. Medved, M., 1991. Vključevanje lastnikov gozdov v gozdno proizvodnjo. Magistrsko delo. BF, Ljubljana.
11. Schwarzbauer, P., 1985. Gemeinschaftliche Holzverwertung aus dem Bauernwald. VWGO. Dunaj.
12. Tajnikar, M., 1993. Mikroekonomija s poglavji iz teorije cen. Ekonomska fakulteta. Ljubljana.
13. Tajnikar, M., 1990. Gospodarska suverenost Slovenije - problem iz ekonomske blaginje v zborniku Za konfederalno Slovenijo. Znanstveno in publicistično središče Ljubljana.