

Лекція 3

Економічні аспекти екологічних проблем

Природні (екологічні) блага мають економічні функції і володіють економічними властивостями.

Природні блага мають такі економічні властивості:

1) природні фактори мають властивості капіталу.

Капітал визначається так: а) те, що здатне приносити дохід; б) ресурси, створені людьми для виробництва товарів і послуг; в) вкладене у справу функціонуюче джерело у вигляді засобів виробництва.

Природні фактори відповідають основним позиціям зазначеного визначення, хоча й з певними застереженнями. Дійсно, вся сукупність природних факторів, що використовуються у виробничому комплексі (інтегральний природний ресурс), так чи інакше, приносить дохід тим економічним суб'єктам, які використовують природу в економічних цілях. У виробництві задіяна значна кількість матеріальних компонентів планети і практично всі властивості природного середовища: механічні, хімічні, фізичні, які людина навчилася застосовувати (зокрема, клімат, гравітаційне поле Землі, її електромагнітна зарядженість тощо);

2) засіб виробництва, предмет праці.

Природні фактори можуть виступати у формі ресурсів, створених людьми для виробництва товарів і послуг. Зокрема, саме праця людини є основою для відтворення лісових угідь, сільськогосподарських земель, зрошувальних або транспортних каналів, а іноді і інших природних об'єктів (озер, ландшафтних утворень, місць гніздування птахів, місць перебування тварин, тощо), які можуть бути засобом виробництва товарів і послуг (у т.ч. транспортних, рекреаційних, туристичних). Говорячи про це, треба, однак, відмітити, що праця лише частково є джерелом відтворення зазначених природних факторів. Іншим джерелом є сама природа. І нарешті, не викликає сумнівів те, що природні фактори

(наприклад, ліс, земля, надра) можуть виступати у вигляді засобів виробництв, або джерела засобів виробництва;

3) споживча вартість.

Споживча вартість природних факторів визначається їхньою здатністю задовольняти потреби людини, здійснювати певні функції. Із цією здатністю пов'язане поняття природних благ. Під природними благами ми розуміємо фактори природного середовища, здатні задовольняти фізіологічні, соціальні і економічні потреби людини, а також виконувати екологічні функції. Споживча вартість природних благ лежить в основі бажання (у ряді випадків воно обумовлено необхідністю) платити за природні фактори;

4) властивості товару.

Як відомо, товар – це об'єкт купівлі-продажу, об'єкт ринкових відносин між продавцями й покупцями. Фактори природного середовища, маючи здатність задовольняти потреби людини та ініціюючи бажання людини платити за це, можуть ставати об'єктом купівлі-продажу.

Можна назвати дві форми процесів купівлі-продажу, у яких можуть брати участь природні фактори, а саме:

– процеси прямої реалізації ринкових відносин – відбуваються тоді, коли об'єктом купівлі продажу стає безпосередньо фактор природного середовища (так, зокрема, продаються мінеральні ресурси, продукти лісу, моря тощо);

– процеси опосередкованої реалізації ринкових відносин – відбуваються тоді, коли об'єктом купівлі-продажу стає не сам природний фактор, а функції що їм виконуються, реалізація яких опосередкується в процесах продажу інших предметів і послуг;

5) мінова вартість і ціна.

До розряду традиційних економічних властивостей, які притаманні товарам, відноситься їхня мінова вартість і ціна. Ними володіють і природні фактори, що беруть участь у процесі товарно-грошових відносин.

Мінова вартість характеризує купівельну спроможність одного товару стосовно іншого. З міноюю вартістю тісно зв'язана інша характеристика – ціна, під якою звичайно мається на увазі та кількість грошей, за яку продавець згоден продати, а покупець готовий купити одиницю товару.

Володіючи економічними властивостями, екологічні блага можуть виконувати економічні функції. Відповідно до сучасних уявлень, довілля може виконувати чотири економічні функції:

- бути суспільним споживчим благом (тракується, як спроможність довілля задовольняти потреби людини, які забезпечують його фізичне існування);
- бути джерелом виробничих ресурсів;
- використовуватися для розміщення і поглинання відходів;
- бути місцем розташування економічних об'єктів.

Таким чином, екологічні блага мають економічні властивості і можуть виконувати економічні функції, тому до них до них може бути застосована класифікація економічних благ.

Значна частина екологічних благ (озоновий екран, атмосферне повітря) є суспільними благами. Суспільні екологічні блага характеризуються такими характеристиками:

- є відносно невичерпними (невичерпними);
- перебувають або у громадській (державній), або у тій чи іншій формі колективної (спільної) власності;
- не є класичними товарами.

Поряд із суспільними екологічними благами існують ресурси, які характеризуються властивістю свободи доступу, але разом з тим їх використання носить конкурентний характер. Вони називаються благами (ресурсами) спільного споживання. Споживачі конкурують між собою або кількістю споживаного блага, або його якістю. Конкурентність пов'язана з природними властивостями даних благ, а саме з тим, що вони є вичерпними. Такими властивостями володіють багато природних ресурсів:

підземні водні джерела, рибні ресурси відкритого моря, великі водні системи, деякі родовища корисних копалин, зокрема вуглеводневої сировини, асиміляційний ресурс біосфери. Ресурси спільного споживання мають такі властивості:

- є вичерпними (з цим і пов'язана конкуренція між споживачами за доступ до цих ресурсів);
- можуть бути об'єктом не лише суспільної (державної) чи колективної, а й приватної власності;

Клубні блага споживаються повному обсязі, але доступ до них обмежений. Ці обмеження можуть бути обумовлені або приналежністю блага певній групі людей (прикладом є мисливські угіддя, доступ до яких відкриває купівля спеціальної ліцензії), або просторовим розміщенням блага (пам'ятники природи, охоронні території місцевого значення).

Частина природних ресурсів може мати економічні властивості татоварних благ. Такими можуть бути земельні ресурси (насамперед, сільськогосподарські, міські, приміські), деякі родовища корисних копалин, невеликі водоймища, лісові угіддя та деякі інші ресурси.

Таким чином, можна зробити висновок, що основна частина екологічних благ і природних ресурсів відноситься до суспільних благ і благ спільного застосування.

На суспільні екологічні блага не поширюється принцип виключення. Вони доступні кожному, і за відсутності інших стримувальних чинників люди не мають стимулів до скорочення та оптимізації їх споживання. І хоча вони дуже високо цінуються сучасним суспільством, вільний ринок не встановлює на них ціни, а за користування суспільними екологічними благами не стягується плата. У результаті вкладення в їх підтримку і відтворення не приносять прибутку. Таким чином, ринок дає збої як на стороні попиту на суспільні блага, так і на їхній стороні пропозиції («виробництва»).

У разі ресурсів спільного споживання (класичний приклад – рибні запаси відкритого моря) ніхто з потенційних і реальних споживачів не має

стимулів до обмеження та раціоналізації їх споживання (в даному випадку – до вилову такої кількості риби, при якому не підриваються умови природного відтворення). Однак ситуація виглядає ще більш драматичною, ніж щодо суспільних екологічних благ, оскільки ці блага є вичерпними. І якщо хтось виявляє свідомість і знижує споживання або виходить з нього, то його місце в силу конкуренції буде зайнято іншим споживачем, а результати дій цього свідомого споживача зводяться нанівець. (наприклад, вилов китів та дельфінів). Таким чином, більшість екологічних благ створює проблему «безбілетників», тобто одну з причин ринкових провалів.

При використанні природних ресурсів можуть виникати як позитивні, так і негативні зовнішні ефекти, але в більшості випадків – негативні, пов'язані з виснаженням ресурсів та забрудненням довкілля.

При оцінці навколишнього середовища визначається економічна цінність його ресурсів і змін, що відбуваються в ньому. Для цього можна було б побудувати криві попиту на навколишнє середовище і зміни, що відбуваються в ньому, і з їхньою допомогою з'ясувати готовність різних осіб і груп платити за послуги, запропоновані навколишнім середовищем. Однак, для багатьох таких «екологічних» послуг відсутня справжня ринкова ціна, що не дає можливості побудови емпіричних кривих попиту на основі зібраних даних про прийняті ринкові рішення, що стосуються реальних екологічних вигід і збитків.

Всі методи визначення цінності вигід і збитків, отриманих від навколишнього середовища, можна розділити на дві основні групи відповідно до того, чи приймаються до уваги переваги господарюючих суб'єктів. Вони враховуються в прямих методах визначення цінності, результат яких показує, як багато люди готові були б заплатити за певні зміни в навколишньому середовищі.

Прямі методи визначення цінності можуть підрозділятися на об'єктивні й суб'єктивні.

Об'єктивні методи визначення цінності (метод витрат на поїздку, метод гедоністичних цін) засновані на припущенні про існування зв'язку між ринковою цінністю об'єктів споживання або кількістю ресурсів, виділених для використання як об'єкти споживання, і якістю навколишнього середовища.

Метод витрат на поїздку і метод гедоністичних цін називають об'єктивними, оскільки вони використовують як вихідну інформацію реальні дані про ціни і витрати, зібрані на ринку і засновані на дійсно прийнятих комерційних рішеннях. За допомогою цих даних може бути кількісно оцінений зв'язок між ринковою цінністю або обсягом вилучених ресурсів і якістю навколишнього середовища.

Метод гедоністичних цін ґрунтується на припущенні, що середовище, яке забруднено або іншим способом знизило свою якість, призводить до зниження ціни на ділянки землі, житлову і іншу нерухомість, тоді як середовище з високою якістю підвищує ціну на них. Шляхом вивчення цін на нерухомість, розташовану в різних по якості навколишнього середовища районах, і зарплатніза роботи, що містять різні види й ступені ризиків через забруднення навколишнього середовища, можна визначити, яким чином якість навколишнього середовища впливає на зміни цін на об'єкти споживання.

Як вихідна інформація при оцінці вигод і збитків, у цьому випадку використовуються дані за цінами угод із продажу і оренді нерухомості. Ціни, сплачені за об'єкти нерухомості, відбивають платіжну готовність покупців відносно вигід, надаваних нерухомістю. На обсяг вигід, що одержується через експлуатацію нерухомості, впливає багато її властивостей, і якість навколишнього середовища є тільки однією з них. При ухваленні рішення про покупку покупець, таким чином, визначає для себе грошовий еквівалент, у тому числі і для якості навколишнього середовища.

Метод гедоністичних цін застосовується і при вивченні різниці в

зарплатнях. При цьому передбачається, що ризики для здоров'я та безпеки, пов'язані з певною професією, частково визначають коливання рівня зарплати в такий же спосіб, як фактори навколишнього середовища визначають коливання цін на нерухомість. Визначення цінності вигід і збитків, надаваних навколишнім середовищем, що виконане за допомогою аналізу даних по зарплатнях або цінам на нерухомість, ґрунтується на дійсно ухвалених рішеннях у реальних ринкових ситуаціях – тому метод гедоністичних цін і відноситься до «об'єктивних».

Метод оцінки вигід і збитків, заснований на аналізі цінових даних по нерухомості, є досить трудомістким, що не дає можливості його широко застосовувати для рішення конкретних практичних задач. Для одержання більш-менш достовірних результатів даний метод вимагає значного об'єму вихідних даних за цінами для розглянутої території, які часто важко зібрати. Крім того, якість навколишнього середовища, наприклад, якість повітря в різних житлових районах також важко піддається виміру. Складним є і аналіз отриманих результатів, зокрема, виділення із усього комплексу впливів на ціну складової якості навколишнього середовища.

Метод витрат на поїздку є одним з перших методів визначення цінності вигід і збитків навколишнього середовища. Він був розроблений у США для визначення сукупної цінності національних парків і інших рекреаційно-оздоровчих територій. Метод заснований на базовому припущенні, що витрати на оплату подорожі в певну зону відпочинку, відбивають її економічну цінність для відпочиваючих. Передбачається, що раціонально мислячі відпочиваючі визнають лише ті можливості для відпочинку, витрати на які не перевищують рівня вигід, отриманих від поїздки на відпочинок. Для конкретної зони відпочинку знаходиться якесь мінімальне значення її економічної цінності через підсумовування дорожніх витрат туристів, що прибувають. В останні роки за допомогою даного методу намагаються оцінити економічну цінність таких ресурсів, як чисте повітря й чиста вода, оскільки в дослідженні присутній елемент

пересування – люди переміщуються з більших міст у райони з більш чистою водою, повітрям і природою.

У суб'єктивних методах визначення цінності передбачається, що цінність навколишнього середовища показується через виражену готовність платити. При її визначенні за допомогою інтерв'ю й опитувань створюються уявлювані ринки для об'єктів споживання, для яких не існує реальних ринків. Це робиться, наприклад, через з'ясування того, скільки люди були б готові заплатити за ті або інші зміни, що відбуваються в навколишньому середовищі, наприклад, за організацію охорони певних видів тварин. Єдиним способом застосування методу визначення цінності є збір суб'єктивних думок, з різними варіантами їхньої подальшої обробки.

Основним елементом методу суб'єктивних оцінок є проведення усного або письмового опитування, у ході якого опитувані виражають свою думку про готовність заплатити самим або зажадати відшкодування у зв'язку з тими або іншими змінами, що відбуваються в навколишньому середовищі.

Результати методу суб'єктивних оцінок ґрунтуються на дії «уявлюваних ринків», сконструйованих спеціально для проведення дослідження й на рішеннях, прийнятих на цих ринках. Методом суб'єктивних оцінок можна виявити цінність навколишнього середовища двояким способом. Спочатку відповідачу пропонується виступити в ролі покупця. При цьому його просять визначити, скільки він заплатив би за позитивні зміни, що можуть відбутися в навколишньому середовищі, або за запобігання негативних змін. Потім його просять стати продавцем і в нього ж з'ясовують, за яку суму він відмовився б від існуючого рівня якості навколишнього середовища (у якій він перебуває) або від позитивних змін, що можуть у ній відбутися. Найчастіше в емпіричних дослідженнях застосовують методику опитувань по платіжній готовності, оскільки вважається, що вона дає результати з меншим розкидом.

Оскільки метод суб'єктивних оцінок ґрунтується на дії уявного ринку й прийнятих на цьому ринку рішеннях, для успішного проведення

дослідження особливо важливе значення має правильне «конструювання» цього ринку за допомогою розроблених анкет і методик проведення інтерв'ю. Уявні ринки створюються за допомогою «ринкового сценарію», що містяться в підготовчих матеріалах для опитувань і інтерв'ю. Центральними елементами ринкового сценарію є описи об'єктів споживання навколишнього середовища, способів оплати за них і оцінюючої позиції (ролі) відповідача.

У непрямих методах визначення цінності взагалі не приймається до уваги як саме люди оцінюють розглянуті види вигід і збитків навколишнього середовища. Непрямі методи визначення цінності навколишнього середовища зазвичай використовуються в тих випадках, коли є недолік інформації. До таких ситуацій відноситься, наприклад, оцінка ризиків для здоров'я, що викликаються забрудненнями. Застосування непрямих методів оцінки цілком доречно також у випадках унікальності об'єктів і необоротності наслідків.

У всіх непрямих методах діє загальна схема: спочатку визначаються фізичні навантаження на навколишнє середовище (наприклад, обсяги викидів сірчистих сполук), а потім оцінюється їхній вплив на стан об'єкта, що досліджується або явища (наприклад, корозія автомобілів). Далі визначається розмір нанесеного збитку (або, навпаки, отриманої вигоди) у грошовому виразі. Для цього використовуються дані про ринкові ціни, обсяги витрат на зниження наслідків нанесеного збитку, їх ранне запобігання тощо.