МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

Факультет економіки і підприємництва

Кафедра маркетингу

Допущено до захисту
“ ” 2023 р.
Зав. кафедри, д.е.н., доцент
_____ **Пенькова О.Г.**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ В ЛІСОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ НА ПРИКЛАДІ ДЕРЖАВНОГО ПІДПРИЄМСТВА «ЛІСИ УКРАЇНИ» М. КИЇВ

Виконав – студент 2 курсу, групи 21м-ма
освітньої програми «Маркетинг»
спеціальності 075 Маркетинг
Майборода Віталій Миколайович

Науковий керівник – к.е.н., доцент
Корман Ірина Іванівна

Умань – 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

Факультет економіки і підприємництва

Кафедра маркетингу

Освітня програма «Маркетинг»

Спеціальність 075 Маркетинг

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

_____ О.Г.Пенькова
(підпис) (ініціали, прізвище)

“_____” _____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Студенту Майборода Віталій Миколайович
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Екологічний маркетинг в лісовому господарстві на прикладі Державного підприємства «Ліси України» м. Київ

керівник роботи Корман Ірина Іванівна, к.е.н., доцент,
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від “___”_____20__ року №_____

2. Строк подання студентом роботи 04.12.2023

3. Вихідні дані до роботи матеріали Державної служби статистики в Україні, наукові публікації вітчизняних і зарубіжних вчених, електронні ресурси, матеріали спеціальних періодичних видань, офіційний сайт компанії ДП «Ліси України»

4. Перелік питань, які потрібно розробити

Суть екологічного маркетингу

Дослідження ринку деревини та лісоматеріалів України

Шляхи удосконалення екологічного маркетингу ДП «Ліси України»

5. Перелік графічного матеріалу Таблиці – 9, рисунки – 11, додатки - 1

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 14.10.2022

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів проекту	Примітка
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи	12.10.2022	
2.	Одержання індивідуального завдання	14.10.2022	
3.	Складання календарного плану написання кваліфікаційної роботи	18.10.2022	
4.	Підготовка до виконання кваліфікаційної роботи - підбір та вивчення літератури - участь у виконанні науково-дослідних робіт - виконання курсових робіт - інші заходи	 30.08.2023 30.10.2023 24.05.2023 24.11.2023	
5.	Уточнення теми кваліфікаційної роботи та календарного плану-графіка, виходячи зі специфіки базового підприємства, установи	28.07.2023	
6.	Підготовка: - першого розділу - другого розділу - третього розділу - висновків	 18.10.2023 02.11.2023 16.11.2023 20.11.2023	
7.	Доопрацювання кваліфікаційної роботи з урахування зауважень наукового керівника	30.11.2023	
8.	Написання та оформлення роботи в остаточному варіанті	04.12.2023	
9.	Перевірка роботи на академічний плагіат	07.12.2023	
10.	Одержання відгуку наукового керівника	11.12.2023	
11.	Попередній захист роботи на кафедрі	13.12.2023	
12.	Затвердження роботи завідувачем кафедри	14.12.2023	
13.	Одержання рецензії	15.12.2023	
14.	Захист кваліфікаційної роботи	18.12.2023	

Студент _____ **Майборода В.М.**
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ **Корман І.І.**
(підпис) (прізвище та ініціали)

Реферат
на кваліфікаційну роботу магістра
«Екологічний маркетинг в лісовому господарстві на прикладі Державного підприємства «Ліси України» м. Київ»
студента факультету економіки та підприємництва
Уманського національного університету садівництва
Майбороди Віталія Миколайовича

Недооцінка значення екологічних проблем з огляду на виснаження й деградацію природного середовища стає найбільшим обмежувачем майбутніх виробничих та соціальних можливостей. Сьогодні зрозуміло, що саме послідовна реалізація принципів та цілей сталого екологічно орієнтованого розвитку здатна забезпечити розв'язання проблеми якості життя населення. Для активізації процесу екологізації господарської діяльності вітчизняних підприємств перш за все слід запровадити в практику функціонування сучасних суб'єктів господарювання саме екологічно орієнтований стратегічний підхід. Тому обрана тема дослідження є актуальною і потребує подальшого дослідження.

В даній роботі, що складається з трьох розділів, використано праці провідних вітчизняних та іноземних вчених, матеріали Державної служби статистики України, звітність підприємства, матеріали спеціальних періодичних видань, електронні ресурси та інші джерела. Загальний обсяг роботи складає 63 сторінки. Вона містить 11 рисунків, 9 таблиць, 1 додаток. Кількість використаних джерел складає 51 одиницю.

Метою кваліфікаційної роботи є розгляд теоретичних основ та практики впровадження екологічного маркетингу вітчизняними підприємствами.

Перший розділ роботи – теоретичний. В ньому розглянуто теоретичні основи екологічного маркетингу.

Другий розділ – практичний. В ньому розглядається сучасний стан ринку деревини та лісоматеріалів в Україні; аналізується діяльність ДП «Ліси України».

Третій розділ містить пропозиції щодо удосконалення впровадження екологічного маркетингу ДП «Ліси України.

Анотація

У кваліфікаційній роботі досліджено особливості екологічного маркетингу та його впровадження в лісовому господарстві в Україні.

***Ключові слова**: екологічний маркетинг, ринок деревини, ринок лісоматеріалів, стратегії екологічного маркетингу.*

The summary

In the qualifying work, the peculiarities of ecological marketing and its implementation in forestry in Ukraine were investigated.

***Key words:** ecological marketing, wood market, timber market, ecological marketing strategies.*

ЗМІСТ

ВСТУП 6

РОЗДІЛ 1. СУТЬ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ 8

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ДЕРЕВИНИ ТА ЛІСОМАТЕРІАЛІВ УКРАЇНИ 13

2.1. Аналіз ринку деревини та лісоматеріалів України 13

2.2. Аналіз діяльності ДСГП «Ліси України» 32

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ ДП «ЛІСИ УКРАЇНИ» 41

ВИСНОВКИ 55

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ 57

ДОДАТКИ 63

ВСТУП

Сучасний світ стикається з серйозними проблемами, пов'язаними з зміною клімату, втратою біорізноманіття та іншими екологічними проблемами. Лісовому господарству визначається важливою роллю в розв'язанні цих проблем. Крім того останнім часом зросла увага споживачів до екологічно чистих продуктів, що створює великий попит на екологічний лісовий сектор. Програми та ініціативи, такі як «Масштабне залісення України», підтверджують важливість сталого лісового господарювання та стимулюють розвиток екологічно орієнтованих стратегій. Тому обрана тема дослідження є надзвичайно важливою.

Проблеми розвитку екологічного маркетингу є об’єктом досліджень та публікацій відомих закордонних та вітчизняних учених та спеціалістів, серед яких: А.М. Вічевич, Т.В. Вайданич, І.І. С.М. Ілляшенко, Н.С. Ілляшенко, Ж. Оттман, Ю.Є. Петруня, В.Ю. Петруня, О. І. Рибіна, Т.А.Коцко, О.В.Ковальчук, А.А.Гайдар, Н.В.Зіновчук, І.В.Лазаренко та інші [1-16].

Теоретичним питанням екологічного (зеленого) маркетингу присвятили свої роботи Г. Мефферт та М. Кіргеорг [17], С. Ілляшенко та О. Прокопенко, зокрема останні пропонують таке визначення сутності його концепції: «орієнтація виробництва і збуту на задоволення екологічно — орієнтованих потреб і запитів споживачів, створення і стимулювання попиту на екологічні товари (вироби чи послуги) — економічно ефективні та екологічно безпечні у виробництві й споживанні» [18-21]. Розвиток концепції екологічного маркетингу розглядається в роботах О. Садченко [22, 23].

Проблеми еколого-орієнтованого управління підприємствами досліджували В. Кіслий [24], Н. Чуприна [25, 26], оцінювання маркетингових стратегій з позиції їх екологічної спрямованості запропоновано М. Домашенко, В. Школою [27, 28]. Разом з тим недостатньо дослідженими залишаються питання формалізації інструментів екологічного маркетингу і їх роль в

реалізації заходів соціальної відповідальності підприємства.

Метою кваліфікаційної роботи магістра є визначення суті екологічного маркетингу і визначення основних напрямів орієнтації підприємства на екологізацію своєї діяльності.

Для досягнення мети поставлені наступні завдання:

- визначення суті екологічного маркетингу
- дослідження ринку деревини та лісоматеріалів України та місця ДП «Ліси України»
- розробка шляхів удосконалення екологічного маркетингу ДП «Ліси України»

Об'єкт дослідження – сучасний стан лісового господарства в Україні.

Предмет дослідження – методи та стратегії впровадження екологічних підходів у маркетингову стратегію лісового господарства, зокрема, на прикладі Державного спеціалізованого господарського підприємства «Ліси України».

В процесі написання магістерської роботи використовувалися різні методи дослідження: теоретичне узагальнення та порівняння, методи економічного загальносистемного аналізу, економіко-математичні методи, економіко-статистичні та методи математичної статистики, swot- та pest-аналіз.

Інформаційна база дослідження: праці провідних вітчизняних та іноземних вчених, матеріали Державної служби статистики України, Державної митної служби України, Європейської служби статистики, звітність підприємства, матеріали спеціальних періодичних видань, електронні ресурси та інші джерела.

РОЗДІЛ 1. СУТЬ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ

Екологічний маркетинг, також відомий як «зелений маркетинг» або «екомаркетинг», – це маркетингова стратегія, яка акцентується на екологічності та сталому розвитку. Головною метою екологічного маркетингу є просування продуктів та послуг, які мають менший негативний вплив на природу та споживачів, або навіть сприяють збереженню навколишнього середовища.

У 1975 р. Американська асоціація маркетингу (American Marketing Association) вперше провела семінар під назвою «Екологічний маркетинг». Після нього вийшла перша книга, присвячена цьому питанню [29].

Появу екологічних товарів деякі дослідники відносять до початку 1980-х рр., коли було встановлено, що аерозольні балончики різного призначення небезпечні за рахунок вмісту фреонів, що руйнують озоновий шар Землі.

Перший звіт з корпоративної соціальної відповідальності в 1988 р. опублікувала компанія «Ben & Jerry's», додавши в традиційний фінансовий звіт опис впливу компанії на навколишнє середовище.

Після публікації результатів комісії «Наше спільне майбутнє» вийшло дві книги під назвою «Зелений маркетинг» (Green Marketing). Перша, автором якої є Кен Пітті (Ken Peattie), побачила світ 1992 р. у Великобританії, друга, написана Жаклін Оттман (Jacquelyn Ottman), була надрукована 1993 р. у США.

Новий етап у розвитку екологічного маркетингу почався в 2006–2007 рр. у зв'язку із зростанням мотивації громадян до екологічного споживання (дій окремої людини, групи людей і населення в цілому, пов'язаних зі споживанням товарів і послуг, що завдають найменшої шкоди довкіллю на всіх стадіях життєвого циклу), передумовами якого були турбота про власне здоров'я, фінансова мотивація, мода і дійсно стурбованість екологічними проблемами.

Компанія «Technorati Charts» досліджувала число щоденних запитів «green marketing» (зелений, екологічний маркетинг) в блогах і зазначила, що кількість таких запитів з 2006 р. до кінця 2007 р. подвоїлася. Згідно з даними

«Google Trends» пошук у мережі за запитом «green marketing» також зростав протягом 2007 р. Значна кількість маркетологів саме в цей момент вирішили, що це правильний час для того, щоб зробити свої бренди більш екологічними, які винаходять та виробляють і по сей день.

Розвиток концепції екологічного маркетингу полягає в орієнтації виробництва і збуту на задоволення екологічно орієнтованих потреб і запитів споживачів, створення і стимулювання попиту на екологічні товари (вироби або послуги) – економічно ефективні та екологічно безпечні у виробництві та споживанні з урахуванням різних інтересів суб'єктів ринку.

Екологічний маркетинг – це розробка і створення методів просування і реалізації екологічно безпечної продукції або послуги. Одна з цілей екологічного маркетингу полягає в тому, щоб забезпечити баланс інтересів економіки та охорони навколишнього середовища.

Одне з найбільш повних визначень поняття «екологічний маркетинг» запропоновано Альфредом Ендресом у його праці «Економіка навколишнього середовища. Вступ»: екологічний маркетинг – особливий вид людської діяльності, спрямованої на задоволення потреб за допомогою обміну, але не порушує екологічної рівноваги навколишнього природного середовища і не впливає на стан здоров'я суспільства».

Є.В. Садченко пропонує розглядати екологічний маркетинг як логічне розширення класичного маркетингу на принципах екологічної нешкідливості: екологічний маркетинг – це функція управління, яка організує і спрямовує діяльність підприємств (організацій), яка пов'язана з оцінкою і перетворенням запитів споживачів в екологічно орієнтований попит на товари та послуги, що сприяють збереженню якісного і кількісного рівня основних екосистем, задовольняють потреби як окремих особистостей, так і організацій або суспільства в цілому. Таке визначення є найбільш вдалим [4, 22, 23].

О.М. Боєнко, відзначає, що «у споживачів з'являється потреба в екологічних товарах та послугах, що вимагає від виробників переформатування процесу виробництва та реалізації» [30, с. 41].

У своєму аналітичному дослідженні В. Леденко висвітлює п’ять головних екотрендів, серед яких застосування сонячної енергії та сонячних батарей, використання LED-ламп, електромобілі, екоматеріали, екоспільноти [31].

На думку І.В. Фещур, «розвиток екологічної концепції маркетингу як частини соціально відповідального бізнесу сьогодні є однією з найактуальніших тенденцій економічно-соціальних відносин» [32, с. 120].

Слушно зазначають Л.О. Плахотнікова та Т.М. Булах: «екотовари для вітчизняного покупця стали не привілеєм і способом протесту, а повсякденністю, продиктованою корисністю товару для нашого здоров’я, стилем способом життя – усе це стало частиною світового екологічного тренду і вимагає відповідного ставлення до ведення бізнесу» [33, с. 102].

Як зазначає, І.О. Коростова, «екологічний маркетинг є інструментом, що забезпечує стійкий розвиток на основі поширення екологічно збалансованих видів виробництва й розподілив умовах появи нових екологічних потреб (потреба в екологічній безпеці)» [34, с. 230].

Водночас, згідно з думкою зарубіжних науковців Д. Моравцикової, А. Кризанової, Я. Клієстікової та М. Рипакової, цінність бренду зростає з впровадженням принципів екологічного маркетингу через вдосконалення іміджу підприємства, отримання доступу на нові ринки, збільшенням готовності впоратися з тиском навколишнього середовища та зацікавлених сторін [35].

Дж. Жанг та Г.Ф. Ватсон вважають, що свідоме включення цих взаємозалежних факторів у процес прийняття рішень фірмами має важливе значення для адаптивності та стійкої прибутковості. Тому науковці пропонують будувати підприємствам власні маркетингові екосистеми [36, с. 287].

Основні характеристики екологічного маркетингу включають: підкреслення екологічних переваг; етичний та відповідальний бізнес;

лояльність споживачів; підвищення свідомості про середовище; використання екомаркування.

Класичний маркетинговий комплекс 4Р може бути адаптований для екологічного маркетингу додаванням до нього аспектів, які враховують сталість і екологічну відповідальність (табл.1.1).

Таблиця 1.1

Комплекс 4Р для екологічного маркетингу

Характеристика елементу комплексу 4Р	Властивості
1. Товар	
Екологічні характеристики	Врахування екологічних аспектів при розробці продукту. Використання відновлюваних матеріалів, мінімізація викидів та інші негативних впливів на навколишнє середовище.
Екодизайн	Розробка продукту з урахуванням його найменшого екологічного впливу.
2. Ціна	
Преміум за екологічність	Деякі споживачі готові платити більше за екологічно чисті продукти. Розгляд можливість встановлення адекватної ціни, що відображає витрати на стале виробництво та екологічні ініціативи.
Знижки за відновлення або вторинний використання	Сприяння використанню вторинних ресурсів або можливості відновлення продуктів
3. Місце	
Зелені канали розповсюдження	Пошук екологічно дружніх способів доставки і зберігання товарів.
Локальний підхід	Зменшення відстаней перевезень для зменшення викидів.
4. Просування	
Екологічний маркетинговий зміст	Акцент на екологічних перевагах продукту в рекламних матеріалах.
Спільноти та освіта	Залучення споживачів до спільних ініціатив щодо збереження навколишнього середовища та інформування їх щодо сталого споживання.

Застосування екологічних аспектів до кожного з 4Р допомагає підприємствам сприяти екологічно відповідальному споживанню та сприяти сталому розвитку, одночасно задовольняючи потреби споживачів.

Комплекс екологічного маркетингу формується під впливом [2, с. 57]:

- законодавчих обмежень і регламентації. В Україні застосовуються такі елементи економіко-правового механізму регулювання природокористування та природоохоронної діяльності: збір за забруднення навколишнього природного середовища, плата за використання природних ресурсів

(мінеральних, водних, земельних, лісових, біологічних), механізм відшкодування збитків, завданих внаслідок порушення законодавства про охорону довкілля, система державного (бюджетного), а також позабюджетного фінансування природоохоронних заходів (через державний та місцеві екологічні фонди) тощо;

- вимог національних і міжнародних стандартів, зокрема ISO 14000, особливо це стосується продукції, що поставляється на експорт;

- ефективніості витрат. Виготовлення неекологічної продукції може бути пов’язане зі значними витратами на очистку чи утилізацію відходів, компенсаційні виплати робітникам, що працюють у шкідливих умовах тощо;

- екологічно орієнтованої акції громадськості.

- екологічної обізнаності. Зокрема, екологічна освіта сприяє розумінню шкідливості виробництва і споживання неекологічних товарів;

- конкуренції. Неекологічна продукція може користуватися меншим попитом, ті з товаровиробників, що роблять ставку на екологічність користуються більшою довірою споживачів, формується їх сприятливий імідж;

- того, що постачальники екологічної сировини спонукають товаровиробників використовувати її, а відповідно і екологічно чисті технології;

- міжнародного співтовариства. На початку 80-х рр. у більшості розвинутих країн виникають масові демократичні рухи громадськості, що виступають проти забруднення оточуючого середовища, не визнають атомної енергетики, орієнтуються на мінімізацію та децентралізацію виробничо-господарської та соціокультурної діяльності, які називаються «зеленими».

Важливо відзначити, що екологічний маркетинг також може бути предметом критики, особливо якщо підприємства використовують його лише як спосіб «зеленого прання» та не відповідають своїм зобов'язанням щодо сталого розвитку. Тому чесність і автентичність в екологічному маркетингу мають велике значення для будь-якого підприємства, що прагне просувати екологічні цінності та відповідальну діяльність.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ДЕРЕВИНИ ТА ЛІСОМАТЕРІАЛІВ УКРАЇНИ

2.1. Аналіз ринку деревини та лісоматеріалів України

Ліси відіграють вагому роль як у формуванні вуглецевого балансу атмосфери, так і у збереженні біорізнаманіття. І факт важливості лісів та лісового господарства на сьогодні є загальновизнаним, і не викликає жодних сумнівів. Загальна площа лісових ділянок, що належать до лісового фонду України, становить 10,4 млн га, в тому числі вкриті лісовою рослинністю 9,6 млн га. Лісистість України становить 15,9%. Але, незважаючи на досить невелику лісистість території, Україна займає 9-те місце у Європі за площею лісів та 7-те місце за запасами деревини. Умови для лісовирощування в Україні украй неоднорідні, тому ліси поширені територією держави нерівномірно.

Лісистість у різних природних зонах має значні відмінності й не досягає оптимального рівня, за якого ліси найпозитивніше впливають на клімат, ґрунти, водні ресурси, протидіють ерозійним процесам, а також забезпечують одержання більшої кількості деревини.



Рис. 2.1. Рівень лісистості у розрізі регіонів, % [37]

Таблиця 2.1

Територія та лісистість адміністративно-територіальних одиниць України

[38]

Адміністративно-територіальні одиниці	Загальна територія, тис. га	В тому числі площа суші, тис. га	Площа вкритих лісовою рослинністю лісових ділянок, тис. га	Лісистість, %	
				за загальною площею	за площею суші
АР Крим	2 608,1	2 391,5	278,7	10,7	11,7
Вінницька	2 649,2	2 606,2	346,5	13,1	13,3
Волинська	2 014,4	1 969,2	624,6	31,0	31,7
Дніпропетровська	3 192,3	3 035,8	179,2	5,6	5,9
Донецька	2 651,7	2 610,1	184,1	6,9	7,1
Житомирська	2 982,7	2 934,4	1 001,6	33,6	34,1
Закарпатська	1 275,3	1 257,1	656,7	51,4	52,2
Запорізька	2 718,3	2 542,8	101,0	3,7	4,0
Івано-Франківська	1 392,7	1 369,3	571,0	41,0	41,7
Київська	2 812,1	2 638,3	624,1	22,2	23,7
Кіровоградська	2 458,8	2 383,4	164,5	6,7	6,9
Луганська	2 668,3	2 646,4	292,4	11,0	11,1
Львівська	2 183,1	2 140,6	621,2	28,5	29,0
Миколаївська	2 458,5	2 331,0	98,2	4,0	4,2
Одеська	3 331,3	3 118,2	203,9	6,1	6,5
Полтавська	2 875,0	2 726,6	247,4	8,6	9,1
Рівненська	2 005,1	1 962,9	729,3	36,4	37,2
Сумська	2 383,2	2 352,6	425,0	17,8	18,1
Тернопільська	1 382,4	1 363,1	183,2	13,3	13,4
Харківська	3 141,8	3 081,9	378,3	12,0	12,3
Херсонська	2 846,1	2 412,9	116,3	4,1	4,8
Хмельницька	2 062,9	2 023,3	265,1	12,8	13,1
Черкаська	2 091,6	1 955,2	315,1	15,1	16,1
Чернівецька	809,6	791,1	236,7	29,2	29,9
Чернігівська	3 190,3	3 122,8	665,7	20,9	21,3
м. Київ	83,6	76,9	31,3	37,2	40,7
м. Севастополь	86,4	85,5	32,8	38,0	38,4
Разом	60 354,8	57 929,1	9 573,9	15,9	16,5

У віковій структурі переважають середньовікові насадження, частка стиглих та перестиглих насаджень 18,7%. Середній вік лісів становить понад 60 років, відбувається поступове старіння лісів, що призводить до погіршення їх санітарного стану. Ліси України сформовані понад 30 видами деревних порід, серед яких домінують сосна, дуб, бук, ялина, береза, вільха, ясен, граб, ялиця. Хвойні насадження займають 43% загальної площі, зокрема, сосна – 35%. Твердолистяні насадження становлять 43%, зокрема, дуб і бук – 37% [37].

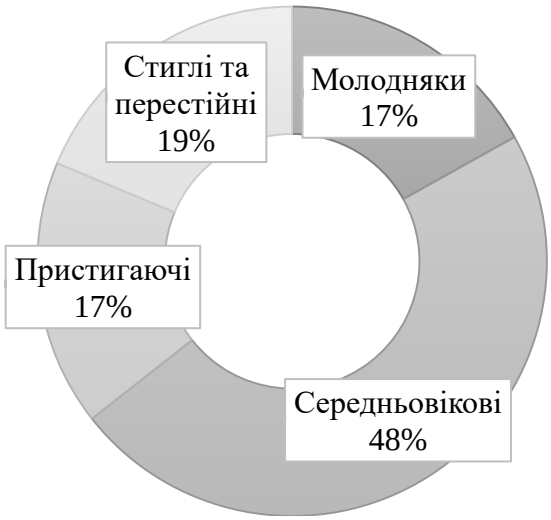


Рис. 2.2. Вікова структура лісових насаджень України

Запас деревини в лісах оцінюється в межах 2,3 мільярда м^3 . За рік в лісах України в середньому приростає 35 млн м^3 деревини. Середньорічний приріст деревини на 1 га у лісах Держлісагентства дорівнює 3,9 м 3 на 1 гектар і коливається від 5,0 м^3 в Карпатах до 2,5 м^3 у Степовій зоні. Відбувається поступове збільшення запасу, що підтверджує значний економічний і природоохоронний потенціал наших лісів. У лісах України запас на 1 гектарі складає близько 235 м^3, зокрема у лісах Держлісагентства – близько 251 м^3 (10-те місце в Європі, в Польщі – 288 м^3, в Білорусі – 206 м^3, в Швеції – 131 м^3). В цілому по Україні цей показник нижчий і складає 235 м^3 за рахунок, у першу чергу, лісів реформованих сільгосппідприємств, які зріджені та знаходяться в складному санітарному стані [38].

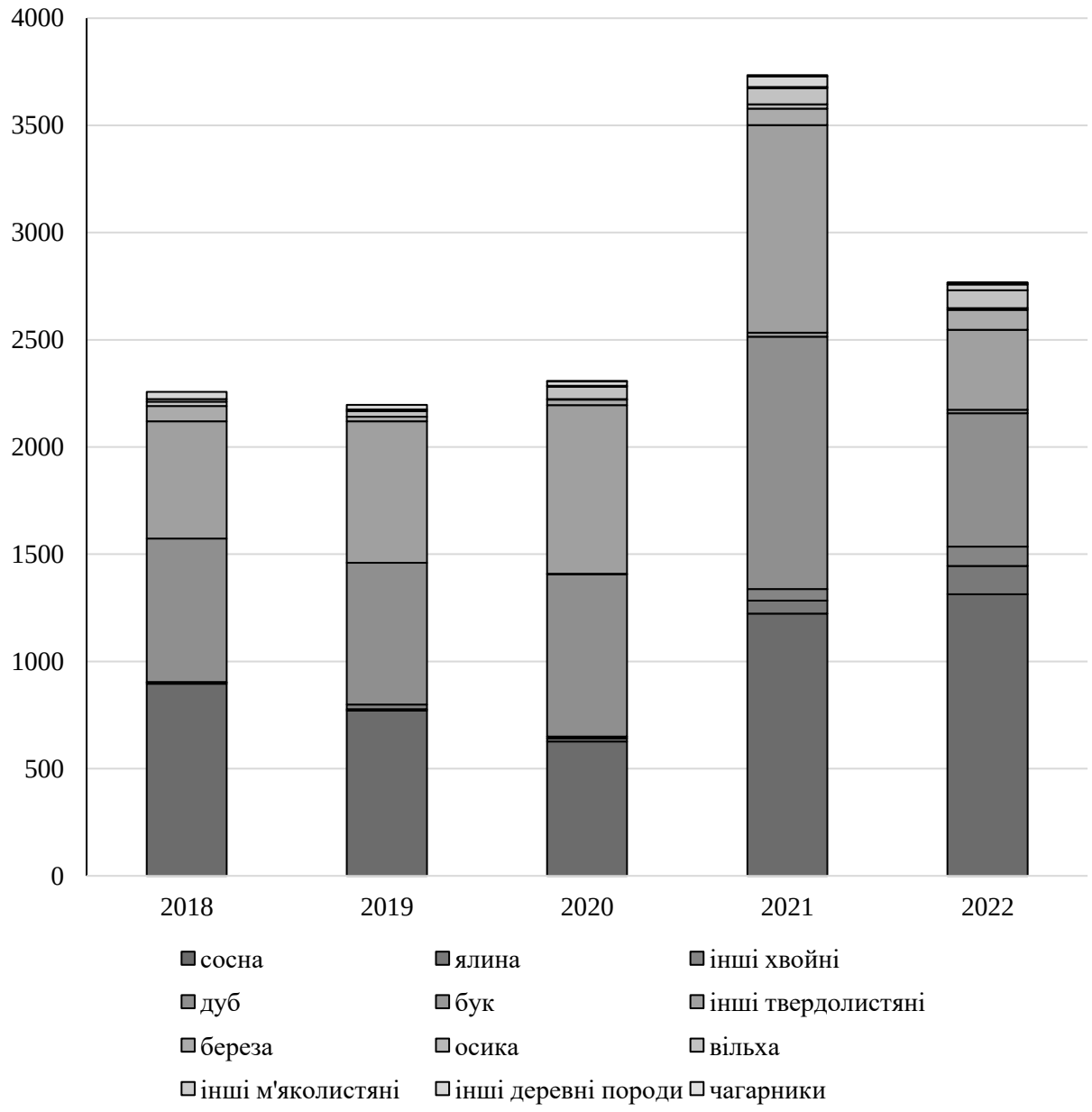


Рис. 2.3. Лісорозведення за породним складом деревостанів, га [38]

За останні 5 років лісорозведення в найбільших обсягах було в 2021 році і становило 3734 га. Протягом досліджуваного періоду в структурі висадки лісу значну частку становили сосна, дуб та інші твердолистяні породи дерев. Так у 2022 році не дивлячись на війну було висаджено 1313 га сосни, 622 га дуба, 373 га інших твердолистяних порід, 133 га ялини, 93 га берези, 90 га берези, 83 га вільхи. Висадка інших порід дерев була менше 30 га.

Таблиця 2.2

Територія та лісистість країн Європи [39]

№ п/п	Країна	Загальна площа території країни, тис. га	Площа вкритих лісом земель, тис. га	Лісистість, %
1	Фінляндія	33814	22409	73,7
2	Швеція	45218	27980	68,7
3	Норвегія	32376	12180	40,0
4	Іспанія	50596	18572	37,2
5	Німеччина	35702	11419	32,7
6	Італія	30132	9566	32,5
7	Франція	54919	17253	31,5
8	Польща	31268	9483	30,3
9	Греція	13196	3902	29,6
10	Румунія	23840	6926	29,1
11	Україна	60355	9690	15,9

Серед країн Європи з найбільшою площею лісів найбільший відсоток лісистості у Фінляндії – 73,7%, Швеції – 68,7%, Норвегії – 40%. В Україні цей показник низький і становить лише 15,9%.

У 2020 році запаси деревини в лісах ЄС склали приблизно 28,3 мільярда м3. Найбільша частка з них припадала на Німеччину (13,4 %), за нею йдуть Швеція (12,7 %) і Франція (11,8 %). Запаси деревини в лісах зросли в кожній державі-члені, забезпечивши 30,6% зростання на рівні ЄС у період 2000–2020 років. Найбільше зростання було оцінено в Ірландії (130 %), Франції (64 %), Кіпрі та Італії (52 %), тоді як, на іншому кінці спектру, набагато більш помірне зростання було оцінено у Швеції (14 %). а також Чехія (11 %) і Словенія (6 %).

Загалом у 2020 році лісозаготівельною промисловістю було вивезено приблизно 65% чистого щорічного приросту деревини в лісах ЄС, чистий приріст визначається як «середній річний приріст деревини мінус середня (повторювана) річна смертність». Частка вивезення до чистого приросту становила від 30 до >100 % у країнах-членах ЄС, за винятком Кіпру, де лише 5 % чистого приросту було вирубано та вилучено з лісу. Вилучення в трьох

країнах перевищило 90 % чистого приросту: Чехія (за оцінками 104 %), Німеччина (96 %) і Нідерланди (за оцінками 94 %).

Загальна валова додана вартість (ВДВ), створена лісовою та лісозаготівельною галуззю в ЄС, у 2020 році становила 23,2 мільярда євро. У 2020 році ці галузі створили найбільшу ВДВ у Фінляндії (4,0 млрд євро), Швеції (3,2 млрд євро) і Франції (2,8 млрд євро). з поправкою на інфляцію). Тому їх не можна використовувати безпосередньо для порівнянь у часі чи коментування часових тенденцій. Значення ВДВ, пов'язані з ВВП, наведені в останніх стовпцях, можуть краще служити цій меті. Вони також вказують на економічне значення лісового господарства та лісозаготівлі в загальній економіці країни.

Валова додана вартість лісового господарства та лісозаготівлі становила 0,17 % ВВП ЄС у 2020 році, що було на 19 % менше, ніж частка 0,21 % у 2000 році. ВДВ лісового господарства та лісозаготівель становила >1% ВВП у чотирьох країнах-членах у 2000 році: Швеції, Естонії, Латвії та Фінляндії. У 2020 році це було так для двох держав-членів (Латвія та Фінляндія), і в обох країнах відносний внесок ВДВ лісового господарства та лісозаготівель у ВВП за цей період зріс.

У середньому ліси країн ЄС створили 146 євро/га ВДВ у 2020 році. Найбільша ВДВ на лісову площу була оцінена в Нідерландах (457 євро/га), Чехії (341 євро/га) та Данії (340 євро/га). у 2020 р. Цей показник слід обережно інтерпретувати, використовуючи його як проксі для порівняння економічної продуктивності лісового господарства та лісозаготівлі в ЄС, оскільки на нього можуть вплинути види діяльності, що виконується сектором лісового господарства та лісозаготівлі

У 2021 році виробництво круглого лісу для паливної деревини в ЄС склало 118,5 млн кубометрів ($м^3$). Це на 4% більше порівняно з 2020 роком (113,8 млн $м^3$) і на 3% більше порівняно з 2019 роком (115,0 млн $м^3$).

Деревина все частіше використовується як джерело відновлюваної енергії. Виробництво круглого лісу для паливної деревини стабільно зростало

протягом останніх років (+18% у 2019 році порівняно з 2016 роком), а потім знизилося у 2020 році через заходи, пов'язані зі стримуванням пандемії COVID-19.

У 2021 році п'ятьма державами-членами, які зафіксували найбільше виробництво паливної деревини, були Франція (26,7 млн $м^3$), Німеччина (23,2 млн $м^3$), Фінляндія (8,9 млн $м^3$), Румунія (6,4 млн $м^3$) і Швеція (5,5 млн $м^3$), що разом склало до 65% виробництва паливної деревини в ЄС.

Порівняно з 2020 роком найбільший приріст виробництва дров спостерігався в Німеччині, Франції (+15%) та Угорщині (+14%). З іншого боку, Люксембург (-23%), Австрія (-8%) та Естонія (-6%) зафіксували найбільше зниження [40].

Відповідно до Земельного та Лісового кодексів ліси України можуть перебувати у державній, комунальній та приватній власності. Переважна більшість лісів перебуває у державній власності. У процесі розмежування земель до комунальної власності можуть бути віднесені близько 1,3 млн га (13%) земельних ділянок лісогосподарського призначення, що знаходяться у постійному користуванні комунальних підприємств, підпорядкованих органам місцевого самоврядування. Частка лісів приватної власності складає менше 0,1% загальної площі лісових земель. Близько 800 тис. га лісових земель не надані в користування. В Україні історично сформована ситуація з закріпленням державних лісів за численними постійними лісокористувачами (для ведення лісового господарства ліси надані в постійне користування підприємствам, установам і організаціям кількох десятків міністерств і відомств). За відомчим підпорядкуванням, найбільша площа лісових земель (близько 73%) перебуває у користуванні лісогосподарських підприємств, які належать до сфери управління Держлісагентства.

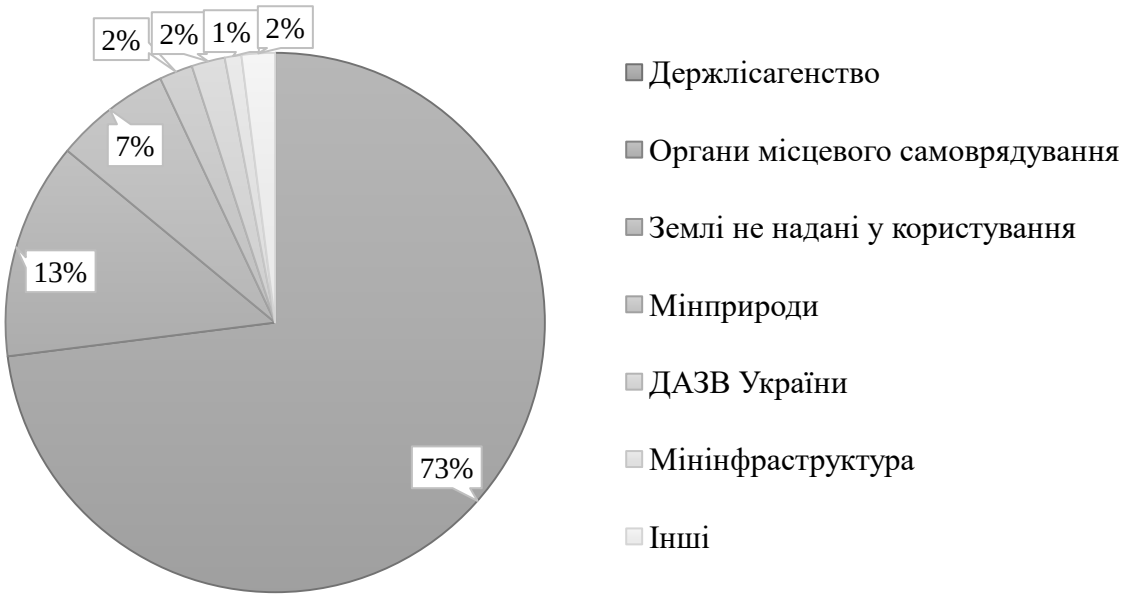


Рис. 2.4. Розподіл загальної площі земель лісового фонду України за відомчою підпорядкованістю, % [37]

Збройна агресія російської федерації проти України мала та має суттєві наслідки для лісового господарства України - 2.9 млн га лісів мають різні рівні пошкодження. З урахуванням лісів АР Крим та Луганської та Донецької областей, які були окуповані до 2022 року, на даний час близько 1 млн га лісів знаходяться в окупації чи перебувають під впливом активних бойових дій.

Детальний аналіз пошкодження лісів та збитків лісового господарства буде проведений після повної де окупації території та розмінування територій. Забруднення лісів вибухонебезпечними предметами на даний час є найбільшою проблемою лісового господарства. На даний час 690 тис. га потребують розмінування, але ця цифра збільшується щодня не тільки за рахунок де окупації територій, але й за рахунок подальшого мінування територій на кордоні України та білорусі.

Наступною суттєвою проблемою є руйнування та пошкодження об’єктів лісового господарства. Навіть якщо де окуповані підприємства не зруйновані, російські війська вивозять все обладнання та техніку. Найбільш суттєвими руйнуваннями для лісового господарства є пошкодження ВО

«Укрдержліспроект», що відповідає за лісовпорядне планування, та селекційно-насіннєвого центру в м. Лиман, Донецької області, який було відкрито лише в грудні 2021 року і який був призначений забезпечити посадковим матеріалом із закритою кореневою системою східні підприємства. Крім того необхідно враховувати кількість мобілізованого обладнання та проблеми з електропостачанням в 2022 році. 7 Більш детальна інформація наведена у відповідних розділах звіту [37].

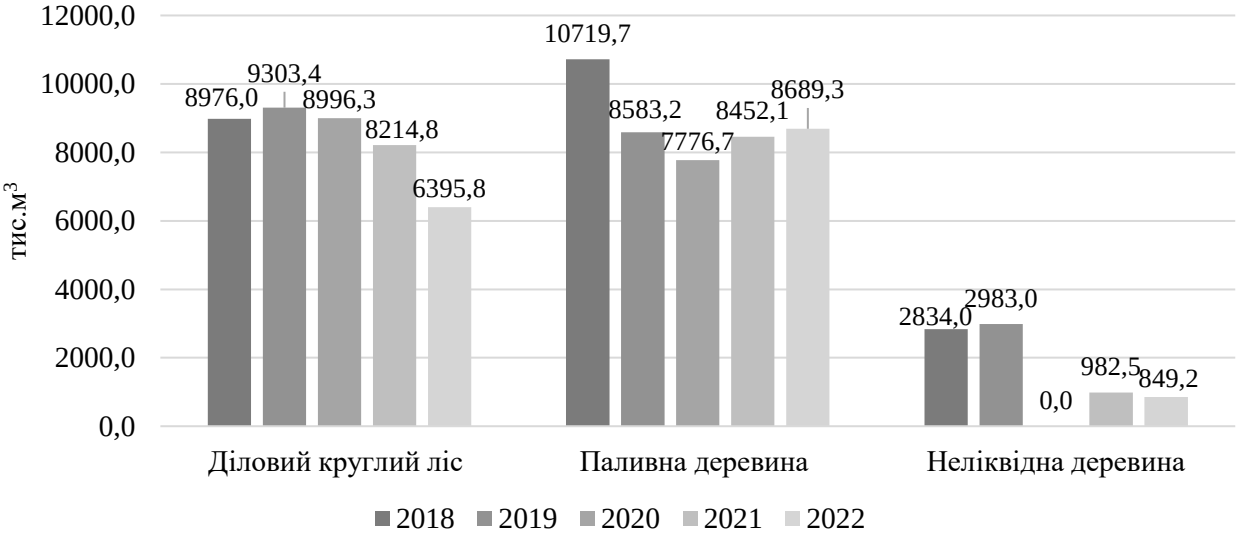


Рис. 2.5. Заготівля деревини в Україні за видами лісової продукції (2018-2022 рр.), тис.м^3 [38]

Деревина, що заготовлюється, поділяється на діловий круглий ліс, паливну деревину і неліквідну деревину. Обсяги заготівлі ділового круглого лісу протягом 2018-2021 років змінюється незначно, зменшуючись починаючи з 2019 року. Найменші обсяги заготовленого круглого лісу були у 2022 році і становили 6395,8 тис.м^3. Обсяги заготівлі паливної деревини навпаки найбільші були у 2018 році – 17719,7 тис.м^3 , до 2020 року вони зменшувалися, а в подальші роки почали зростати і у 2022 році становили 8689,3 тис.м^3. Співвідношення хвойних і листяних порід в структурі заготовленої деревини подана на рис. 2.6.

Обсяги заготівлі неліквідної деревини були значно менші за попередні категорії, у 2020 році взагалі дорівнювали 0.

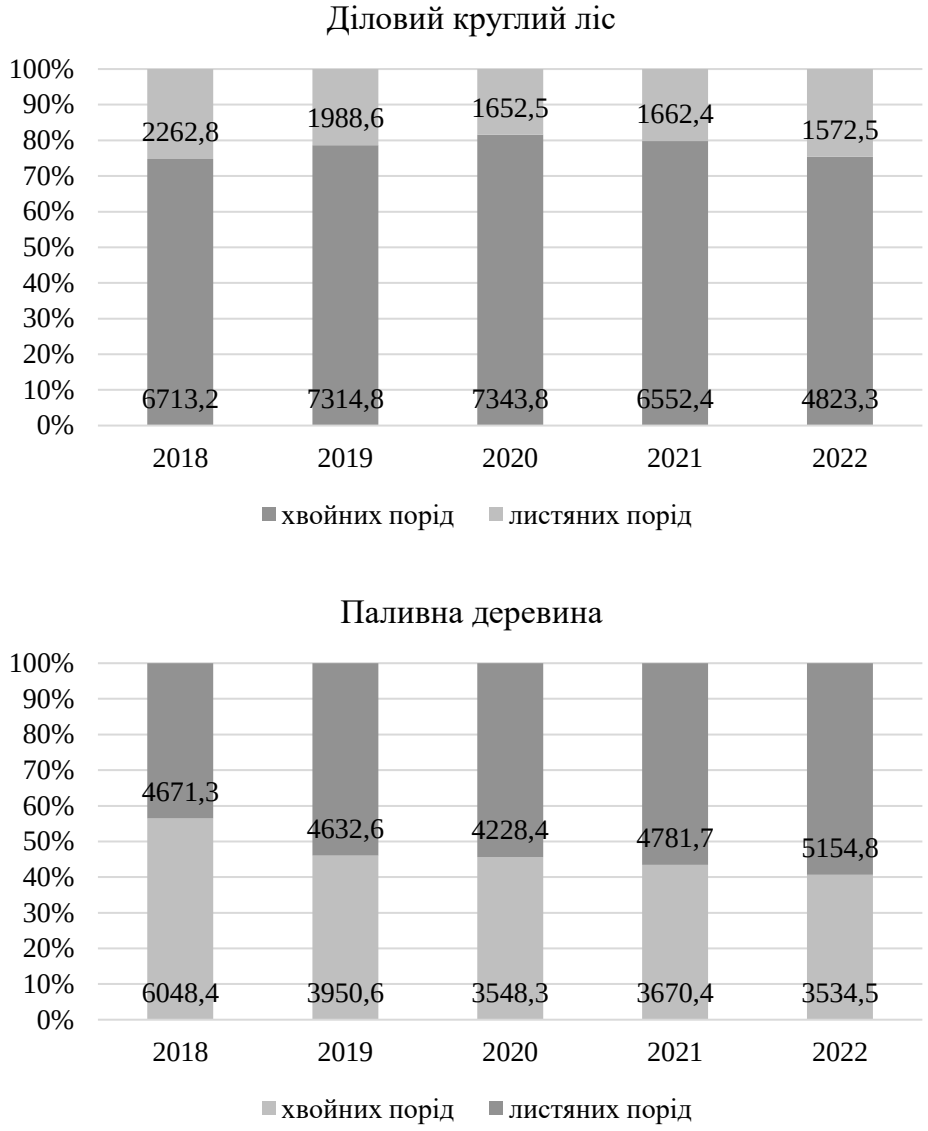


Рис. 2.6. Співвідношення хвойних та листяних порід в структурі заготовленої деревини (2018-2022 рр.), тис. м^3

Як видно з рис. 2.6., в структурі заготовленої ділового круглого лісу хвойні породи становили 75-82%. В структурі паливної деревини у 2028 році хвойні породи складали близько 55% і щороку їх частка зменшувалася і досягла 40 % у 2022 році [38].

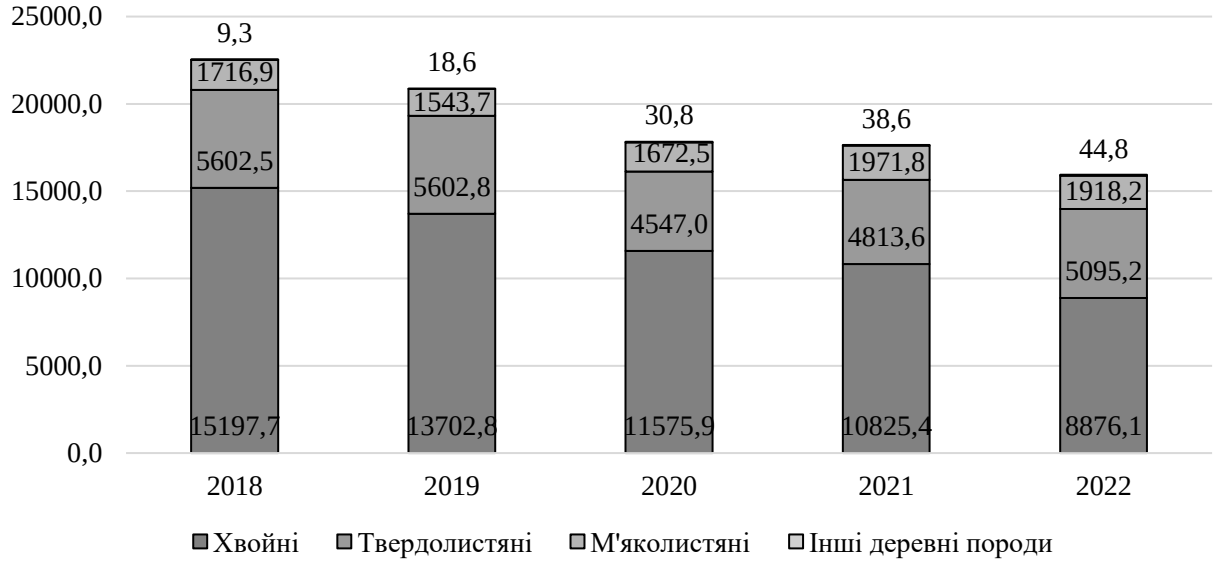


Рис. 2.7. Структура заготовленої деревини за породами (2018-2022 рр.), тис. м^3

Як видно з рис. 2.7 протягом досліджуваного періоду заготовляли в першу чергу хвойні породи деревини. При цього обсяги заготівель щороку скорочувалися і зменшилися майже вдвічі - з 15197,7 тис.м^3 у 2018 році до 8876,1 тис.м^3 у 2022 році. На другому місці за обсягами заготівлі – твердолистяні породи. Обсяг їх заготівлі коливався в межах 5602,5 тис.м^3-4547 тис.м^3. М'яколистяні породи деревини заготовлялися в значно менших обсягах і їх заготівля була найбільшою у 2022 році – 1918,2 тис.м^3, найменшою у 2029 році – 1543,7 тис.м^3. Інші деревні породи заготовлялися в незначних обсягах.

Лісова промисловість є виробничо-економічною діяльністю, єдність якої створюється тим, що різні її підгалузі мають справу з однією основною сировиною – деревиною, і часто виробляють хоч і різну, проте взаємозамінну продукцію.

Лісова промисловість унікальна тим, що її виробничо-економічна система обумовлена функціонуванням технологічного ланцюга: лісовирощування – лісозаготівля – переробка – випуск кінцевої продукції, основним елементом якої є сировина деревного походження. У своїй роботі вона тісно пов’язана з іншими секторами економіки, співпраця яких

відбувається завдяки купівлі-продажу на внутрішньому ринку сировини чи напівфабрикатів для виготовлення готової продукції (рис. 2.8).

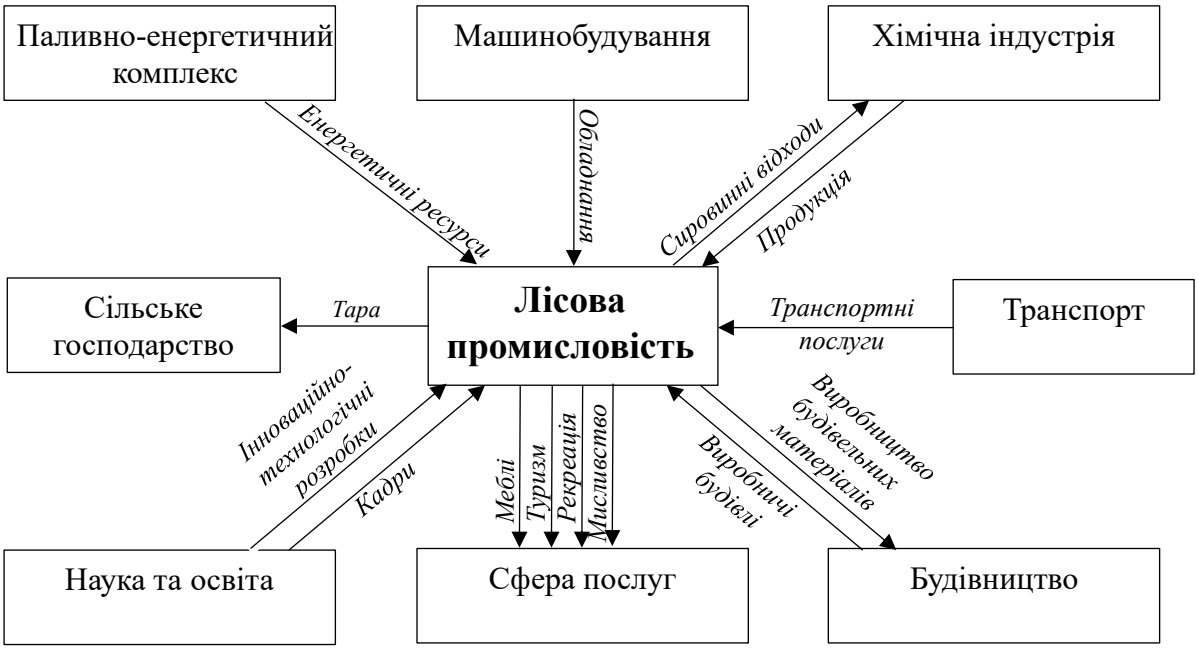


Рис. 2.8. Міжгалузеві зв’язки лісової промисловості на внутрішньому ринку [41].

Міжгалузеві зв’язки лісової промисловості на внутрішньому ринку показують, що вона як постачальник своєї продукції і споживач продукції інших галузей пов’язана практично з усіма секторами економіки.

Для лісової промисловості характерна дуже складна система внутрішньогалузевих зв’язків. Темпи розвитку даної галузі й надалі багато в чому будуть визначатись науково-технічним прогресом, удосконаленням структури видів економічної діяльності, а також розширенням застосування індустріальних методів у будівництві і зміною технології виробництва в промисловості. У результаті збільшуються можливості взаємозамінності продукції різноманітних галузей. Наприклад, меблі або будівельні конструкції того самого призначення можуть виготовляти лісопереробна, машинобудівна і хімічна промисловості; у машинобудуванні продукція лісопереробної промисловості замінюється металом або пластмасою і т.д. [42, с. 24].

Та попри це, споживачами продукції лісової промисловості є будівництво, включаючи ремонтно-експлуатаційні потреби, гірничорудна промисловість, де використовується велика кількість рудникового стояка на підготовчі та очисні роботи в шахтах, а також інших видів круглого лісу на поточний і капітальний ремонт підземних споруд. Значні витрати круглого лісу у вигляді стовпів є при спорудженні і ремонті повітряних ліній зв'язку та електропередач, мостів, дамб та інших гідроспоруд [43, с. 132-133.] .

Отже, міжгалузеві економічні зв'язки лісової промисловості створюють організаційно-економічні відносини, що в процесі своєї діяльності проявляються між функціонально залежними галузями. Організаційні зв'язки між ними виражаються у товарному обміні та взаємодії надання матеріальних і нематеріальних послуг. На міжгалузевому рівні економічні зв'язки мають безперервний характер і розвиваються в товарно-грошовій формі.

Такі міжгалузеві зв'язки мають деякі особливості. По-перше, вони відображають і удосконалюють відносини під час створення і руху продукції від стадії утворення до стадії виходу на внутрішній ринок і тим самим сприяють організації виконання робіт кожної галузі, що бере участь у такому процесі. По-друге, ці міжгалузеві зв'язки беруть участь не тільки в економічних взаємовідносинах, а й включають: відносини планування, організацію виробництва та процеси управління. За таких умов ця співпраця набуває форми виробничо-територіальних зв'язків, що є вагомим елементом міжгалузевих економічних зв'язків, що розвиваються як всередині регіонів (внутрішньо торговельні зв'язки), так і між окремими регіонами (міжрегіональні зв'язки) [44, с.57].

Частина продукції лісового господарства реалізується в межах України (табл. 2.3)

Таблиця 2.3

Реалізація лісової продукції в межах України за видами у 2022 році [38]

	Кількість реалізованої лісової продукції, тис.м^3	Вартість реалізованої лісової продукції, млн.грн	Середня ціна реалізації одиниці лісової продукції, грн за м^3
Усі види круглого лісу	**13067,6**	**21 583,4**	**1651,7**
Діловий круглий ліс	4992,0	14 462,1	2897,1
хвойних порід	3530,6	7 245,7	2052,3
листяних порід	1461,4	7 216,4	4937,8
Паливна деревина	8075,6	7 121,3	881,8

Так у 2022 році в межах України було реалізовано 13067,6 тис.м^3 лісової продукції на загальну суму 21583,4 млн.грн. Найвища ціна серед реалізованої продукції ділового круглого лісу листяних порід – 4937,8 грн за м^3. Ціна ділового круглого лісу хвойних порід – 2052,3 грн за м^3. Найнижча ціна у паливної деревини – 881,8 грн за м^3.



Рис. 2.9. Структура реалізованої лісової продукції в межах України за видами у 2022 році

Значну частку в структурі реалізованої продукції становила паливна сировина – 62%, діловий круглий ліс - 38%, з них хвойних порід – 27%, листяних порід – 11 %.

Війна рф проти України спричинила серйозні порушення світової торгівлі деревиною через скорочення експорту з росії, білорусі та України та посилила занепокоєння щодо послаблення деяких заходів захисту навколишнього середовища, щоб заповнити поточний дефіцит.

Міжнародні санкції (5-й пакет), запроваджені ЄС та Сполученим Королівством, обмежили поставки з росії, найбільшого світового експортера деревини хвойних порід, та білорусі, в той час як війна серйозно загальмувала виробництво в Україні. За даними Financial Times, на ці три країни припадає майже 25% світової торгівлі пиломатеріалами на суму 17 мільярдів доларів у 2021 році. Разом вони охоплюють майже 10% європейського попиту на деревину хвойних порід. Тільки Україна в 2021 році експортувала деревину та вироби з неї на суму понад 2 мільярди доларів. За даними Митної служби України, позитивне сальдо від торгівлі деревиною сягнуло 1,6 мільярда доларів, що на 43% більше, ніж у 2020 році. Федерація виробників дерев'яних палет та упаковки (FEFPEB) повідомляє, що Україна щорічно експортує майже 3 мільйони кубометрів деревини хвойних порід, тоді як лише ЄС імпортував майже 8 мільйонів кубометрів хвойних порід деревини з росії та білорусі в 2021 році [45].

Очікувалося, що світовий ринок виробів з деревини зросте з 631 мільярдів доларів у 2021 році до 684 мільярдів доларів у 2022 році при сукупному річному темпі зростання (CAGR) у 8,4%. Основними видами виробів з деревини є готові вироби з деревини, обробка деревини та деревні матеріали. Деревообробка включає виробництво лісоматеріалів, включаючи целюлозу та папір, будівельні матеріали та талову олію. Очікується, що ринок зросте до 903 мільярдів доларів у 2026 році при сукупному річному темпі зростання (CAGR) у 7,2%. Проте війна в Україні може змінити цю тенденцію у бік погіршення. Порушення поставок на ринку деревини погіршили й інші фактори. Спалах ялинового короїда пошкодив ліси центральної Європи та Аляски, що спричинило сплеск екстрених заготівель для видалення заражених дерев. Потрясіння, спричинені війною та зараженням жуками, а до цього

порушенням ланцюга поставок під час пандемії Covid-19, спричинили бум на європейських лісопильних заводах. У довгостроковій перспективі деякі компанії з виробництва пиломатеріалів можуть розглянути питання інвестицій в нові виробничі потужності, хоча постачання деревини у багатьох регіонах Європи дедалі скорочується. Експерти галузі повідомляють про недавнє значне підвищення цін на деревину у Великобританії, Японії та Швеції. Деревна промисловість Польщі очікує дефіциту деревини. Крім того, європейський ринок стикається з дефіцитом постачання дерев'яних палет. Європейська асоціація палет (EPAL) та FEFPEB попередили, що дерев'яні палети-піддони – незамінні продукти для обробки та зберігання, які використовуються для транспортування товарів та їх дистрибуцію через склади чи супермаркети – незабаром стануть дефіцитними в Європі [45].

Протягом останнього десятиліття майже 12% світового лісового покриву було сертифіковано за такими стандартами сталості, як Лісова опікунська рада (FSC) і Програма схвалення стандартів лісової сертифікації (PEFC). Обидва стандарти зараз призупинили торгівлю сертифікованою деревиною з білорусі та росії. Крім того, провідний світовий стандарт стійкої біомаси, Програма сталої біомаси (SBP), також зупинила будь-яку торгівлю з рф та білоруссю, які володіють приблизно однією третиною всіх сертифікатів SBP. У той час як залежність ЄС від сертифікованої деревини та таких сертифікованих лісоматеріалів, як целюлоза, папір та біомаса, значно посилилася за останні десять років. На Україну, рф та білорусь припадає близько 35% світових FSC-сертифікованих лісів, а їхній експорт екологічно чистої деревини та біомаси відіграє вирішальну роль на світових ринках екологічно чистої деревини.

Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України заявило раніше у цьому році, що санкції дають країні шанс збільшити свою частку на європейському ринку деревини за рахунок витіснення рф та збільшити фінансування зусиль з повоєнного відновлення. Незабаром після лютневого вторгнення Київ скасував постанову, яка забороняє рубку в заповідних лісах

навесні та на початку літа, як частину законопроекту про підвищення обороноздатності країни під час воєнного стану, частково за рахунок збільшення експортних надходжень. Однак екологічні групи побоюються, що це рішення може призвести до великомасштабних втрат у районах, де вже поширені незаконні вирубки та неправильне ведення лісового господарства. За даними ITC, ринками з найбільшим потенціалом для експорту деревини з України є Китай, Індія та Єгипет. Індія демонструє найбільшу абсолютну різницю між потенційним і фактичним експортом у вартісному вираженні, залишаючи простір для реалізації додаткового експорту на суму 78 мільйонів доларів. Інші країни-виробники та експортери деревини, зокрема Естонія, Фінляндія та США, також прагнуть збільшити обсяги лісозаготівель.

Зростання попиту на біопаливо Зростання попиту на відновлювані джерела енергії, зокрема, на біопаливо (деревні пелети) також сильно вплинуло на управління лісовим господарством. У травні екологічний комітет ЄС проголосував за перегляд директиви щодо відновлюваної енергетики та скорочення допомоги для проектів з біомаси, які були популярними серед інвесторів на ринку компенсації вуглецевих викидів. Деревообробна промисловість тим часом прагне заохочувати використання деревини як будівельного матеріалу. Галузеві організації стверджують, що скорочення використання бетону та сталі може допомогти зменшити 10% глобальних викидів вуглецю, які спричиняє діяльність будівельного сектору.

Російська війна в Україні сколихнула світ і, зокрема, європейський ринок деревини. За нинішніх умов експерти галузі очікують подальшого зростання цін на вартісну сировину. Крім того, для українських експортерів деревини є декілька експортних можливостей. Оскільки основні країни-імпортери російської та білоруської деревини, такі як Фінляндія, Литва, Латвія, Польща, Німеччина, Бельгія, Нідерланди, Великобританія та США, зіткнуться з необхідністю пошуку нових постачальників, то Україна може скористатися моментом, щоб зайняти нові експортні ніші. До того ж,

глобальна залежність від поставок деревини є вищою, ніж від поставок меблів [45].

Динаміка експорту деревини не відреагувала (або майже не відреагувала) на широкомасштабні бойові дії. Виробництво товарної деревини зосереджене здебільшого в західній і північній частинах України. Тому проблеми, що виникають чи виникали в експортерів, більше стосуються перевантаження логістики в напрямку Західної Європи [46].

Протягом 2022 року було імпортовано деревини та продукції з неї на суму 187972 тис дол. США. Експорт становив 1618053 тис.дол. США (Додаток А, табл. 2.4, 2.5).

Таблиця 2.4

Структура експорту-імпорту деревини за видами продукції у 2022 році [47]

Найменування товарної позиції	Імпорт		Експорт	
	тис.дол.США	%	тис.дол.США	%
Лісоматеріали необроблені	11729	6,24	0	0,00
Деревина бондарна; колоди; палі, кілки, стовпи, деревина лущена	3	0,00	5366	0,33
Шерсть деревна або тонка стружка; борошно деревне	338	0,18	5262	0,33
Шпали дерев'яні для залізничних чи трамвайних колій	289	0,15	1188	0,07
Лісоматеріали оброблені, завтовшки більш як 6 мм	3655	1,94	473554	29,27
Листи для облицювання, листи для фанери не більш як 6 мм	22640	12,04	320260	19,79
Пилопродукція з деревини у вигляді профільованого погонажу	1277	0,68	29108	1,80
Плити деревостружкові та подібні	18812	10,01	94929	5,87
Плити деревоволокнисті	90054	47,91	36210	2,24
Фанера клеєна, панелі фанеровані	15396	8,19	104776	6,48
Деревина пресована	186	0,10	288	0,02
Рами дерев'яні для картин, фотографій, дзеркал	394	0,21	471	0,03
Тара з деревини, барабани для кабелів, піддони з деревини	3678	1,96	237687	14,69
Бочки, барила, чани, діжки та їх частини з деревини	56	0,03	5084	0,31
Інструменти, оправи та ручки для інструментів з деревини	143	0,08	9571	0,59
Вироби столярні та теслярські будівельні деталі	10064	5,35	206106	12,74
Посуд та прибори столові або кухонні, дерев'яні	2873	1,53	5127	0,32
Дерев'яні декоративні вироби, предмети меблів	588	0,31	6338	0,39
Інші вироби з дерева	5797	3,08	76728	4,74
Разом	187972	100	1618053	100

В структурі імпорту деревини та продукції з неї за видами продукції лідируючі позиції займають плити деревоволокнисті – 47,91% (90054 тис. дол. США), листи для облицювання, листи для фанери не більш як 6 мм – 12,04% (22640 тис.дол.США), плити деревостружкові та подібні – 10,01% (18812 тис.дол.США). Часта іншої продукції була значно меншою.

Таблиця 2.5

Структура експорту-імпорту деревини за країнами у 2022 році [47]

Країна	Імпорт		Експорт	
	тис.дол.США	%	тис.дол.США	%
Польща	51199,00	27,24	277525	17,15
Словаччина	5119,00	2,72	713	0,04
Бельгія	258,00	0,14	0	0,00
Угорщина	708,00	0,38	57012	3,52
Німеччина	17793,00	9,47	68993	4,26
Білорусь	4900,00	2,61	0	0,00
Швеція	1244,00	0,66	14511	0,90
Румунія	25547,00	13,59	42189	2,61
Молдова	442,00	0,24	18773	1,16
Латвія	3007,00	1,60	1054	0,07
Литва	431,00	0,23	429	0,03
Індія	134,00	0,07	0	0,00
Австрія	943,00	0,50	81446	5,03
Нідерланди	0	0,00	40838	2,52
Сербія	0	0,00	39	0,00
Велика Британія	0	0,00	443	0,03
російська федерація	1490,00	0,79	0	0,00
Естонія	498,00	0,26	0	0,00
Фінляндія	142,00	0,08	0	0,00
Італія	2360,00	1,26	96534	5,97
Туреччина	14612,00	7,77	0	0,00
Китай	9798,00	5,21	1966	0,12
Франція	159,00	0,08	4142	0,26
Іспанія	0	0	30157	1,86
США	0	0	5764	0,36
Чехія	0	0	5385	0,33
інші країни	47188,00	25,10	870140	53,78
Разом	**187972,00**	**100,00**	**1618053,00**	**100,00**

В структурі експорту деревини та продукції з неї найбільшу частку становили лісоматеріали оброблені, завтовшки більш як 6 мм – 29,27% (473554 тис.дол.США), листи для облицювання, листи для фанери не більш як

6 мм – 19,79% (320260 тис.дол.США), тара з деревини, барабани для кабелів, піддони з деревини – 14,69% (237687 тис.дол. США), вироби столярні та теслярські будівельні деталі – 12,74% (206106 тис.дол. США). Лісоматеріали необроблені не експортувалися взагалі.

Структура експорту-імпорту деревини та продукції з неї за країнами розподілялася наступним чином. Найбільшими імпортерами деревини у 2022 році були Польща - 27,24%, Румунія – 13,59% та Туреччина – 7,77%. Основні країни-експортери Польща - 17,15%, Італія - 5,97% та Німеччина - 4,26%.

2.2. Аналіз діяльності ДП «Ліси України»

Державне спеціалізоване господарське підприємство «Ліси України» є одним із найбільших лісокористувачів Європи та найбільшим лісокористувачем України. Належить до сфери управління Державного агентства лісових ресурсів України (Держлісагентства).

В управлінні підприємства перебуває 6,6 млн га земель державного лісового фонду.

Спеціалізація ДП «Ліси України»:

– ведення лісового господарства, охорона, захист, раціональне використання та відтворення лісів;

– ведення мисливського господарства;

– охорона, відтворення та раціональне використання державного мисливського фонду на території мисливських угідь, наданих у користування підприємству.

ДП «Ліси України» не фінансується з державного бюджету, самостійно забезпечуючи господарську діяльність. Земельні ділянки лісогосподарського призначення перебувають у державній власності і передані ДП «Ліси України» в постійне користування. ДП «Ліси України» складається з центрального

апарату, 9 регіональних офісів з 148 філіями, до складу яких входить 1451 лісництво.

Підприємство створено в рамках другого етапу реформи лісового господарства України. Передумови створення підприємства закладені в указі Президента №228/2021 від 7 червня 2021 року «Про деякі заходи щодо збереження та відтворення лісів».

Указ відомий завдяки екологічні ініціативі «Масштабне залісення України» (програма «Зелена країна»). Проте серед іншого Голова держави зобов'язав Кабінет Міністрів України «ужити заходів щодо реформування лісового господарства, у тому числі удосконалення системи управління державними лісогосподарськими підприємствами».

У 2022 році Ради національної безпеки і оборони України приймає рішення «Про охорону, захист, використання та відтворення лісів України в особливий період». У документі зазначається: «… з метою підвищення ефективності функціонування лісової галузі опрацювати питання щодо створення: єдиного державного суб'єкта господарювання з питань охорони, захисту, використання та відтворення лісів шляхом реорганізації державних унітарних комерційних підприємств, які перебувають у сфері управління Державного агентства лісових ресурсів України».

Постановою Кабінету Міністрів України від 07.09.2022 № 1003 «Деякі питання реформування управління лісової галузі» приймається рішення про утворення державного спеціалізованого господарського підприємства «Ліси України» шляхом злиття спеціалізованих державних лісогосподарських підприємств, які належать до сфери управління Державного агентства лісових ресурсів, з подальшим перетворенням державного спеціалізованого господарського підприємства «Ліси України» в акціонерне товариство, 100 відсотків акцій якого належать державі.

Відповідно до постанови Кабміна, Державне агентство лісових ресурсів України видає Наказ від 26.10.2022 № 804 «Про утворення Державного спеціалізованого господарського підприємства «Ліси України».

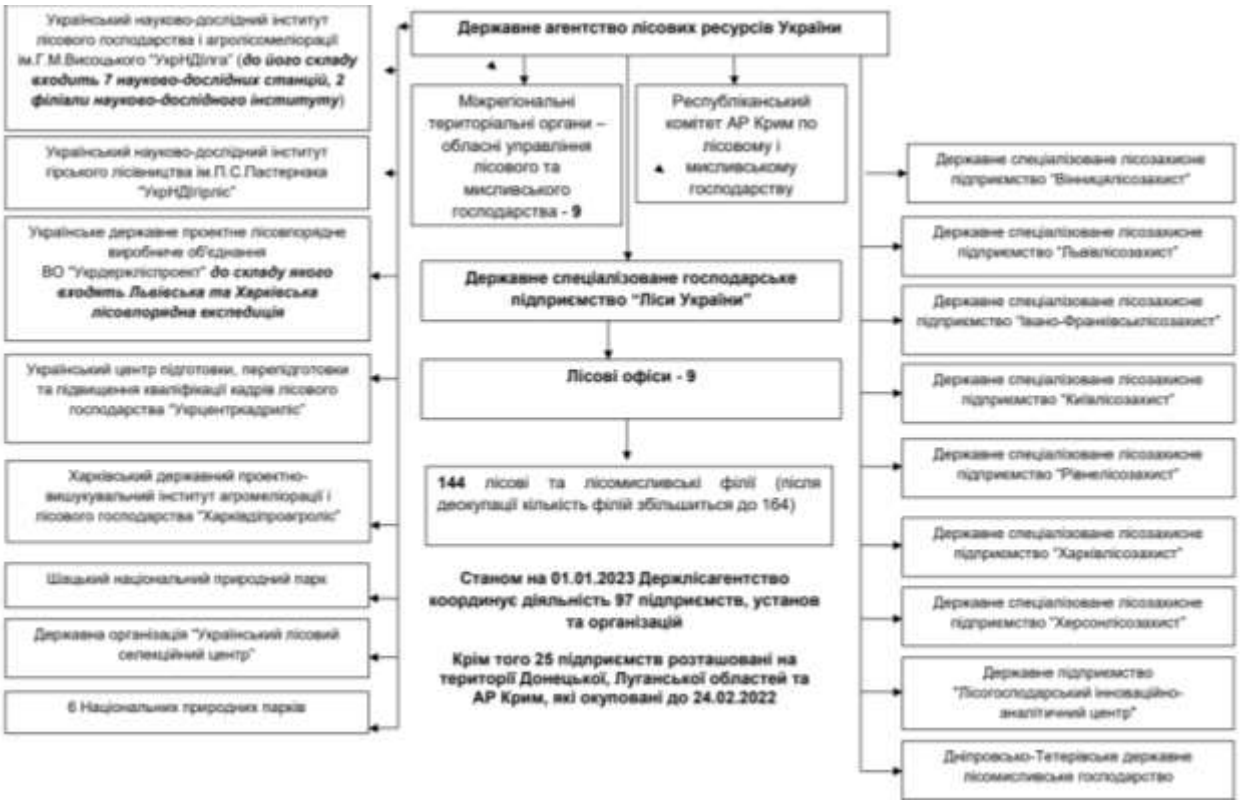


Рис. 2.10. Діюча схема управління Державного агентства лісових ресурсів України станом на 01.01.2023 року [37]

Державні лісогосподарські підприємства, які належать до сфери управління Держлісагентства, здійснюють реалізацію лісоматеріалів відповідно до законодавства, зокрема до положень законів України «Про товарні біржі», «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки», «Про публічні закупівлі», «Про оборонні закупівлі». З метою стабільного забезпечення ринку деревиною, лісогосподарські підприємства здійснювали реалізацію лісоматеріалів на товарних біржах, які отримали ліцензії Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку.

Протягом 2022 року державними лісогосподарськими підприємствами, які належать до сфери управління Держлісагентства, заготовлено близько 13,5 млн м^3 лісоматеріалів, у тому числі 7,5 млн м^3 лісоматеріалів хвойних порід, 4,5 млн м^3 – твердолистяних, 1,4 – м'яколистяних. На внутрішній ринок реалізовано 10,9 млн м^3 лісоматеріалів, з яких 4,2 млн м^3 лісоматеріалів

круглих, 3,2 млн м^3 деревини дров'яної промислового використання та 3,5 млн м^3 деревини дров'яної непромислового використання [48].



Рис. 2.11. Структура заготівлі лісоматеріалів ДП «Ліси України» у 2022 році

Загальний обсяг реалізованих лісоматеріалів у діючих оптових цінах (без ПДВ) становив близько 18,9 млрд грн. Середньозважена вартість одного знеособленого кубометра лісоматеріалів у 2022 році становила 1740 грн (без ПДВ), що на 327 грн або (або 23 %) більше, ніж за аналогічний період минулого року.

Прийняті у передвоєнний рік нормативно-правові акти дозволили забезпечити розвиток внутрішнього ринку лісоматеріалів, вдосконалити й осучаснити біржову торгівлю лісоматеріалами, а також забезпечити додаткові фінансові надходження у лісове господарство України. При зменшенні на 1813 тис.м^3 загального обсягу реалізації порівняно до минулого року, лісогосподарські підприємства забезпечили збільшення на 998 млн грн доходу від реалізації лісоматеріалів.

За результатами проведених електронних аукціонів (конкурентних процедур) обсяг продажу лісоматеріалів становив понад 7 млн м^3, загальна реалізаційна вартість становила близько 15,5 млрд грн. За «прямими»

договорами, де покупцями виступали фізичні особи – громадяни України реалізовано 3,8 млн $м^3$, загальна реалізаційна вартість становила понад 3,4 млрд грн.

Розвиток біржової торгівлі деревиною сприяє розвитку конкуренції на ринку, дозволяє створити в Україні об'єктивну ринкову вартість ресурсу та балансує попит і пропозицію на ринку лісоматеріалів.

Площа мисливських угідь в Україні, які надані в користування підприємствам, установам, організаціям, становить близько 39 млн. га, із них організаціям УТМР надано 23 млн. га або 59 % від загальної площі, підприємствам Держлісагентства – 4 млн. га або (10 %) від загальної площі, користувачам іншої форми власності (приватні підприємства, клуби, громадські організації) – 12 млн. га або (31 %) від загальної площі.

За 2022 рік мисливцям надано 19469 адміністративних послуг, в тому числі послугу з видачі посвідчення мисливця отримали 1895 осіб, а щорічні контрольні картки обліку добутої дичини і порушень правил полювання – 17574 особи. Сума коштів, зарахованих до місцевих бюджетів за надання цих адміністративних послуг становила 291,6 тис. грн. і за справляння державного мита за право полювання на суму 29,9 тисяч гривень. В мисливському сезоні 2022/2023 років полювання в Україні не проводилось у зв'язку з запровадженням обласними адміністраціями обмежень на період дії військового стану, ліміти та норми добування тварин не затверджувались.

Фінансування із загального фонду у 2022 році за бюджетними програмами склало 335236,3 тис.грн (приблизно 10% від потреби у бюджетному фінансуванні), а саме:

- програма 2709010 «Керівництво та управління у сфері лісового господарства» (127694,2 тис.грн);

- програма 2709060 «Ведення лісового та мисливського господарства, охорона і захист лісів в лісовому фонді» виключно на функціонування бюджетних установ та установ природно-заповідного фонду (194048,4 тис.грн);

- програма 2701040 «Наукова і науково-технічна діяльність у сфері захисту довкілля та природних ресурсів» (13493,7 тис.грн).

За результатами фінансово-господарської діяльності за 2022 рік отримано 23,3 млрд. грн чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), що на 8,3 млрд гривень більше 2021 року (приріст 4%). На ведення лісового господарства державними підприємствами спрямовано 10181,6 млн грн, (на 719,9 млн грн більше 2021 року), із них 10022 млн грн або 98,4% власних обігових коштів підприємств, 125,2 млн.грн з спеціального фонду держбюджету або 1,23 %, 2,3 млн.грн або 0,02% підприємствам виділено асигнувань з місцевих бюджетів, а з інших джерел - 32,0 млн.грн або 0,3% [37].

Метою діяльності державного підприємства є отримання прибутку. Саме за цієї умови підприємство може стабільно існувати і забезпечувати собі основу для розвитку. За результатами фінансово-господарської діяльності підприємствами галузі отримано 1190,7 млн грн чистого прибутку.

Показником, що характеризує ефективність діяльності підприємства - є рентабельність. Слід зазначити збільшення рентабельності діяльності у порівняння з відповідним періодом минулого року з 4,4 % до 4,9%. За 2022 рік за рахунок власних коштів та коштів місцевого бюджету освоєно 1435,5 млн грн капітальних інвестицій, що на 187,4 млн грн більше минулого року. Ступінь зносу основних засобів в цілому по галузі становить 61 %. На фінансовий стан підприємств значний вплив має податкове навантаження. В середньому по галузі відсоток сплачених податків і зборів від чистого доходу становить 41%.

За 2022 рік підприємствами галузі сплачено до бюджету 7757 млн грн податків, зборів та обов’язкових платежів. З них до державного бюджету сплачено 5162 млн грн (67 %), до місцевого – 2595 млн гривень (33 %). Найбільшу питому вагу в сумі сплачених податків та зборів становить податок на додану вартість – 42 % (3303 млн грн), податок на доходи фізичних осіб –

21,0 % (1625 млн грн) та рентна плата за спеціальне використання лісових ресурсів – 17 % (1306 млн грн).

Найбільша сума податків та зборів до бюджетів усіх рівнів сплачена підприємствами наступних облуправлінь: Житомирського – 1176 млн грн, Рівненського – 992 млн грн, Львівського – 746 млн грн, Черкаського – 701 млн грн, Сумського – 663 млн грн, Волинського – 652 млн грн., Хмельницького – 619 млн грн., Київського обласного та по м. Києву – 608 млн грн., Закарпатського - 599 млн грн., , та Івано-Франківського – 561 млн грн. Крім податків підприємствами галузі за звітній період сплачено 1891 млн грн єдиного соціального внеску. Разом сплачено податків та ЄСВ – 9 648 млн грн, що на 742 млн грн. або 8 відсотків більше, ніж за 2021 рік [25].

Оптимізація чисельності державних лісогосподарських підприємств не принесе суттєвого економічного ефекту без зміни підходів до податкового навантаження лісової галузі. Наразі прийнято постанову Кабінету Міністрів України від 14.07.2021 № 718 «Про внесення зміни до пункту 1 Порядку відрахування до державного бюджету частини чистого прибутку (доходу) державними унітарними підприємствами та їх об’єднаннями», якою встановлено, що частина чистого прибутку (доходу), що відраховується державними лісогосподарськими, лісозахисними, іншими підприємствами, які належать до сфери управління Державного агентства лісових ресурсів, до державного бюджету, визначається у розмірі 50 відсотків за умови спрямування ними 30 відсотків чистого прибутку (доходу) від своєї діяльності на придбання необоротних активів, необхідних для здійснення заходів з охорони, захисту, використання та відтворення лісів. Крім того, планується зміна системи оподаткування державних лісогосподарських підприємств за рахунок відміни рентної плати за спеціальне використання лісових ресурсів та земельного податку на лісові землі і запровадження єдиного лісового податку, який забезпечить дотримання основних принципів оподаткування: рівномірності, соціальної справедливості, фіскальної достатності та цілеспрямованого використання податків як фінансових регуляторів. На

сьогодні, податки та інші обов'язкові платежі становлять 41 відсоток від чистого доходу реалізації продукції.

Ситуація в українській індустрії продукції з деревини найскладніша за крайнє десятиліття. Аукціонні торги через невиправдано високі ціни буксують, деревообробні підприємства зупиняються.

Якщо говорити мовою цифр, то цьогоріч ДП «Ліси України» скоротило заготівлю деревини з традиційних 18-20 мільйонів кубометрів до 13 мільйонів. Але навіть ці обсяги продати на біржових торгах лісівники не в змозі. Ситуація наскільки кризова, що обсяги проданої деревини виконуються на рівні 60 відсотків. Тобто де-факто ринок деревини з штучних причин у 2023 в порівнянні із 2021 скоротився майже вдвічі.

Причини такого скорочення переважно економічні. В 2021 році міжнародні ринки лісоматеріалів та меблів були на підйомі. Тепер же вони в затяжному піке. Скрізь простежується тотальне падіння попиту на будівельні матеріали та меблі, в багатій Польщі банкрутують переробники, польські лісівники не можуть продати деревину, Німеччина демпінгує експортом дешевого лісу. В цілому, у плитному виробництві**,** європейські переробники масово заміщають круглу деревину дешевим рециклінгом – вторинною дров'яною сировиною, за переробку якої ще й отримують підтримку від держави. І лише по залишковому принципу докуповують круглу деревину, згідно чіткої та передбачуваної системи закупівель, яка гарантується законами про ринок деревини. Такі падіння ринків циклічні і відбуваються вже не вперше. І для виправлення ситуації велосипед із дерева вигадувати не треба. Треба знижувати ціни. Щоб вижити, меблевики тотально і постійно знижують ціни та чітко заявляють, що якщо ціна на деревину не знижуватиметься ринково, то все зупиниться. Адже переробна галузь вже не один місяць працює в жорсткий мінус.

Попри величезне падіння ринків у всьому світі, українські ціни – «незламні». Деревина вартує так же, як і у 2021 році, а іноді навіть ще дорожче.

У підсумку організовані таким чином торги призвели до накопичення величезних обсягів непроданої сировини. За різними оцінками, маємо вже більше мільйона кубометрів деревини, яка просто псується на складах. Одна справа, коли на складах трішки залишків дров. Інша – коли не продаються навіть ділові сортименти (пиловники, фанерна сировина). Тоді втрати якості оцінюються десятками (а то і сотнями) мільйонів гривень. А на додачу повністю або частково зупинено всі ключові деревообробні заводи. Стоять виробництва в Коростені, на Рівненщині, Волині, Львівщині, Прикарпатті [49].

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ ДП «ЛІСИ УКРАЇНИ»

Екологічний маркетинг починається з того, що компанія фактично впроваджує та практикує стійкі методи ведення бізнесу. Компанії ризикують бути визнаними нечесними, якщо їхні ділові практики не відповідають їх зеленим маркетинговим повідомленням, тому вони повинні переконатися, що вони практикують те, що вони проповідують. Автентичність має важливе значення для зеленого маркетингу.

Для забезпечення стійкого розвитку велике значення має впровадження екологічних інновацій, під якими розуміються нові продукти, нові технології, нові способи організації виробництва, що забезпечують охорону довкілля. Йдеться про впровадження системи екологічного маркетингу, екотехнологій, що дають змогу забезпечити взаємодію між економічним розвитком та захистом довкілля на рівні фірми.

Виробники екологічних інновацій під час оцінювання їхніх шансів на ринковий успіх мають враховувати вплив факторів екологічного тиску й екологічного втягування, зокрема законодавчі обмеження, вимоги національних та міжнародних стандартів, ефективність витрат, екологічно орієнтовані акції громадськості, екологічну поінформованість суспільства тощо.

Необхідно відзначити, що існують труднощі, які виникають на етапі розроблення екологічних інновацій. Вони полягають у тому, що [18, с. 211]:

– складно визначити навантаження, які чинять виробництво та продукція на довкілля;

– навряд чи можна передбачити рамкові умови майбутньої утилізації відходів;

– зростаюча складність продуктів та способів виробництва ускладняє утилізацію відходів;

– мають місце зростання кількості інновацій та скорочення часу їх упровадження, термін служби продукту зменшується, що суперечить екологічним цілям, тобто цілям тривалого терміну використання, ресурсозбереження та екологічно прийнятної утилізації відходів.

Оскільки специфіка взаємодії «технологічний процес – навколишнє природне середовище» полягає у взаємозв'язку економічних та екологічних компонент, то методи й методики їх обліку та оцінювання повинні враховувати цю особливість. Зокрема, функціонально-вартісний аналіз (ФВА) передбачає та враховує екологічні аспекти й основні особливості життєвого циклу виробництва продукції. Ця обставина є особливо важливою, оскільки вартість виробництва більш чистої продукції або надання екологічної послуги фактично закладається ще на стадії його проектування. Крім того, вартість виробництва більш чистої продукції або надання екологічної послуги – це не тільки «купівельна» вартість, але й вартість його експлуатації для клієнта, а також вартість утилізації відходів.

SWOT-аналіз може допомогти зрозуміти внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на підприємство «Ліси України» і розробити стратегії для подолання викликів та використання можливостей.

Таблиця 3.1

SWOT-аналіз Державного спеціалізованого господарського підприємства «Ліси України»

Сильні сторони (Strengths)	**Слабкі сторони (Weaknesses)**
1. Великий лісовий фонд. Підприємство володіє 6,6 мільйонами гектарів земель державного лісового фонду, що робить його одним із найбільших лісокористувачів в Європі. 2. Мисливське господарство. Наявність мисливського господарства розширює сферу діяльності підприємства та можливості його природоохоронної діяльності. 3. Автономність у фінансуванні. Підприємство не фінансується з державного бюджету, що свідчить про його економічну самостійність.	1. Залежність від лісового фонду. Оскільки підприємство спеціалізується в основному на лісовому господарстві, зміни в лісовому законодавстві або в ринкових умовах можуть вплинути на його ефективність. 2. Можливі проблеми з екологією. Збільшення вирубок та інші господарські дії можуть викликати екологічні проблеми та конфлікти з громадськістю. 3. Необхідність постійного оновлення лісного фонду. Відновлення лісів та ведення лісогосподарської діяльності вимагає постійних інвестицій та зусиль.
Можливості (Opportunities)	**Загрози (Threats)**
1. Розвиток екологічної ініціативи. За існуючої екологічної ініціативи «Масштабне залісення України» підприємство може отримати додаткові ресурси та підтримку для своєї діяльності. 2. Розвиток екологічно чистих технологій. Запровадження новітніх технологій управління лісовими ресурсами може поліпшити ефективність та стійкість підприємства. 3. Можливості для партнерства. Співпраця з науковими установами, організаціями та іншими галузевими партнерами може сприяти вдосконаленню лісового управління та допомагати вирішувати екологічні завдання.	1. Зміни в законодавстві Зміни в лісовому законодавстві можуть вплинути на умови експлуатації та використання лісових ресурсів. 2. Екологічні проблеми. Збільшення господарської діяльності може викликати екологічні проблеми, що призводить до конфліктів з громадськістю та організаціями з охорони природи. 3. Конкуренція за ресурси Інші господарські суб'єкти та потенційні інвестори можуть конкурувати за доступ до лісових ресурсів.

PEST-аналіз оцінює вплив політичних, економічних, соціокультурних та технологічних факторів на діяльність Державного спеціалізованого господарського підприємства «Ліси України».

Таблиця 3.2

PEST-аналіз Державного спеціалізованого господарського підприємства «Ліси України»

Політичні фактори	**Економічні фактори**
1. Лісове законодавство. Зміни в лісовому законодавстві можуть вплинути на умови лісокористування та експлуатації лісових ресурсів. 2. Державні ініціативи. Участь у програмах ініціатив, таких як "Масштабне залісення України," може надати підтримку та додаткові ресурси.	1. Фінансування. Залежність від внутрішніх та зовнішніх джерел фінансування може впливати на стабільність підприємства. 2. Економічна кон'юнктура. Зміни в економічній ситуації можуть впливати на попит на лісові продукти та послуги.
Соціокультурні фактори	**Технологічні фактори**
1. Екологічна свідомість. Зростання екологічної свідомості суспільства може впливати на ставлення до лісових ресурсів та діяльності підприємства. 2. Сприйняття громадськістю. Важливо враховувати відношення громадськості до лісокористування та екологічних питань.	1. Використання сучасних технологій. Впровадження новітніх технологій в лісове господарство може підвищити ефективність та раціональне використання ресурсів. 2. Автоматизація та цифрові інструменти. Використання автоматизації та цифрових рішень може полегшити управління та збільшити точність процесів.

Цей PEST-аналіз служить інструментом для зрозуміння зовнішнього середовища, в якому діє підприємство «Ліси України». З урахуванням цих факторів підприємство може розробити стратегії для взаємодії з внутрішніми та зовнішніми викликами та можливостями.

На основі SWOT-аналізу та PEST-аналізу для Державного спеціалізованого господарського підприємства «Ліси України» можна розробити стратегії екологічного маркетингу, які допоможуть вирішити виявлені проблеми та використати можливості. Ось кілька можливих стратегій:

Таблиця 3.3

Рекомендовані стратегії екологічного маркетингу для Державного спеціалізованого господарського підприємства «Ліси України»

Сильні сторони	Можливості	Стратегія
1. Екологічна освіта та сприяння свідомому використанню лісових ресурсів		
Великий лісовий фонд, високий рівень екологічної свідомості громадськості	Залучення громадськості до екологічних ініціатив, збільшення підтримки для програми «Масштабне залісення України»	Запровадження освітніх кампаній, семінарів та інших заходів, що сприяють свідомому використанню лісових ресурсів, а також активна взаємодія з громадськістю через соціальні мережі та заходи з підтримки зелених ініціатив
2. Технологічна інновація для сталого лісового господарства		
Можливість використання сучасних технологій, автоматизація лісового господарства	Покращення ефективності використання ресурсів, зменшення вирубок, збільшення площі залісення	Впровадження технологічних інновацій у ведення лісового господарства, таких як системи моніторингу, цифрові інструменти для точного визначення об'єму деревини, що підлягає вирубці, та інші рішення для сталого використання ресурсів
3. Партнерство з екологічними організаціями		
Залучення до програми «Зелена країна», підтримка громадськості	Зміцнення позицій у сфері охорони природи, сприяння сталим принципам управління лісовими ресурсами	Укладення партнерств з екологічними організаціями для спільних проектів, включаючи заходи з охорони природи, програми залісення, та інші заходи щодо сталого використання лісових ресурсів
4. Застосування інновацій у виробництві та продажу продукції		
Висока ефективність господарської діяльності, можливість самостійного фінансування	Сприяння збуту екологічно чистих продуктів, розвиток нових ринків для продукції лісового господарства	Запровадження екологічно чистих технологій у виробництво, акцент на сертифікації продукції за стандартами екологічного виробництва, та активна маркетингова кампанія для підвищення свідомості споживачів

1. Екологічна освіта та сприяння свідомому використанню лісових ресурсів:

- Сильні сторони: Великий лісовий фонд, високий рівень екологічної свідомості громадськості.

- Можливості: Залучення громадськості до екологічних ініціатив, збільшення підтримки для програми «Масштабне залісення України».

- Стратегія: Запровадження освітніх кампаній, семінарів та інших заходів, що сприяють свідомому використанню лісових ресурсів, а також активна взаємодія з громадськістю через соціальні мережі та заходи з підтримки зелених ініціатив.

2. Технологічна інновація для сталого лісового господарства:

- Сильні сторони: Можливість використання сучасних технологій, автоматизація лісового господарства.

- Можливості: Покращення ефективності використання ресурсів, зменшення вирубок, збільшення площі залісення.

- Стратегія: Впровадження технологічних інновацій у ведення лісового господарства, таких як системи моніторингу, цифрові інструменти для точного визначення об'єму деревини, що підлягає вирубці, та інші рішення для сталого використання ресурсів.

3. Партнерство з екологічними організаціями:

- Сильні сторони: Залучення до програми «Зелена країна», підтримка громадськості.

- Можливості: Зміцнення позицій у сфері охорони природи, сприяння сталим принципам управління лісовими ресурсами.

- Стратегія: Укладення партнерств з екологічними організаціями для спільних проектів, включаючи заходи з охорони природи, програми залісення, та інші заходи щодо сталого використання лісових ресурсів.

4. Застосування інновацій у виробництві та продажу продукції:

- Сильні сторони: Висока ефективність господарської діяльності, можливість самостійного фінансування.

- Можливості: Сприяння збуту екологічно чистих продуктів, розвиток нових ринків для продукції лісового господарства.

- Стратегія: Запровадження екологічно чистих технологій у виробництво, акцент на сертифікації продукції за стандартами екологічного виробництва, та активна маркетингова кампанія для підвищення свідомості споживачів.

Ці стратегії можуть допомогти підприємству «Ліси України» покращити свою екологічну відповідальність, створити позитивний екологічний образ та сприяти сталому використанню лісових ресурсів.

ДП «Ліси України» використовує такі підходи до реалізації екологічного маркетингу:

1. е-Ліс. В національній онлайн-платформі «ЕкоСистема», що доступна за посиланням https://eco.gov.ua/ (рис. 3.1), у розділі отримання е-послуг у сфері лісового господарства «е-Ліс» впроваджено пілотний проєкт для подачі документів на отримання і видачу лісорубного квитка. Наразі триває бета-тестування разом з користувачами, що були обрані як тестова група для використання е-послуг, з подальшим підключенням нових користувачів по кожній області. Також в рамках розроблення електронного сервісу відбувається оновлення нормативноправової бази щодо видачі спеціального дозволу на використання лісових ресурсів та сертифіката про походження лісоматеріалів та виготовлених з них пиломатеріалів.



Рис. 3.1. Національна онлайн-платформа «ЕкоСистема» [50]

2. е-Сертифікат. Електронний сертифікат про походження лісоматеріалів та виготовлених з них пиломатеріалів. Розроблено детальне технічне завдання та розпочато підготовчі роботи відповідно до технічного завдання щодо функціональної складової бекендової частини сервісу. Завдяки реалізації проєкту, механізм підготовки та видачі Сертифікатів буде автоматизованим, що виключить можливість корупційної складової під час видачі Сертифікатів та маніпуляцій зі сторони експортерів з первинними бухгалтерськими та товарнотранспортними документами. Буде створено досконалий електронний моніторинг обсягу заготівлі та експорту лісопродукції, прозорий механізм видачі Сертифікатів з функціями контролю часу подачі документів експортером, часу видачі Сертифіката та часу відмови у видачі Сертифіката. Експортери заощадять значну кількість часових та матеріальних ресурсів, пов’язаних із зникненням необхідності фізичної присутності експортера для подачі документів для отримання Сертифікату та отримання паперового примірника Сертифікату.

3. Розроблено державний онлайн-магазин з продажу дров для населення «ДроваЄ» (рис. 3.2). Магазин дозволяє розмістити свою продукцію постійним лісокористувачам. Головні особливості веб-платформи «ДроваЄ»:

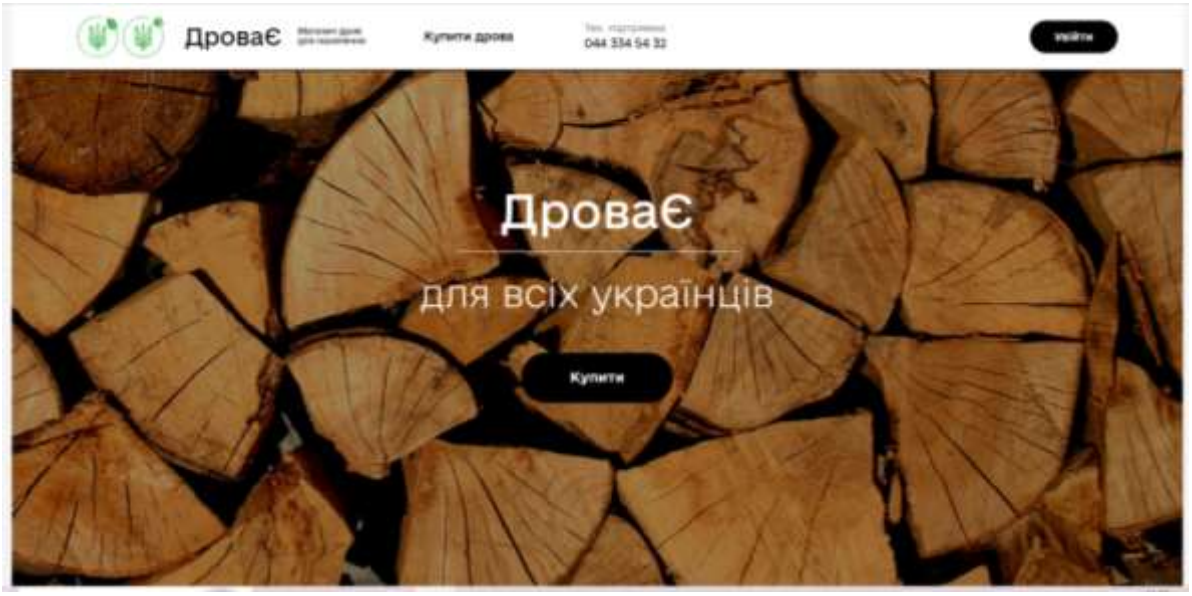


Рис. 3.2. Державний онлайн-магазин з продажу дров для населення «ДроваЄ» [51]

- для боротьби із тіньовим ринком - на одну фізичну особу встановлюється ліміт на покупку 15 м3 дров на опалювальний сезон.

- для уникнення зловживань і оптових закупівель – в магазині встановлена система авторизації користувачів *BankID НБУ.

- для моніторингу своєчасності відвантажень замовлень до клієнтів - розроблена 3-х рівнева система адміністрування (на рівні лісгосп/обласне управління/центральний апарат).

- для чіткого обліку покупців по всій країні - проводиться інтеграція із системою Електронного Обліку Деревини для перевірки вже здійснених покупок конкретним покупцем.

4. Санітарні рубки. Інформація про санітарні рубки стала максимально відкритою для громадськості. Із січня 2022 року всі документи, які супроводжують санітарні рубки, почали централізовано збиратися на офіційному сайті Державного агентства лісових ресурсів України.

5. Запущено проєкт дешифрування знімків для визначення площ лісів України. Розроблено методологію використання маски лісів території України на основі матеріалів дистанційного зондування Землі. Беручи за основу розроблену методику, проведено дешифрування та згенерована маска лісів 16 найбільш лісистих областей – 35 млн га або 59% території України. Це північна, західна та центральна частина країни. Дешифровано 23 області, що становить 55,1 млн га або 91% території України. Це північна, західна, центральна та частково південна (крім АР Крим) та східна частина держави, для яких згенеровані маски лісів.

В результаті дешифрування встановлено, що площа ділянок, вкритих деревною рослинністю (бралися до уваги ділянки, площа яких становить не менше 0,1 га), є більшою за офіційні дані 2010 р. приблизно на 18%. Залежно від регіону перевищення даних за 2010 р. становить від 8% до 28%. А це + 1,6 млн га площі, вкритої деревною рослинністю за рахунок самосійних лісів за

межами лісового фонду, лісосмуг, зелених насаджень в населених пунктах, захисних насаджень та інших категорій деревних насаджень, які були не враховані під час обліку лісів 2010 р.

6. Лісовий портал. Створення Лісового порталу дасть можливість мати під руками уніфіковане рішення у вигляді інформаційного ресурсу, де систематизовано всі послуги, реєстри та дані. Розроблено та затверджено дизайн головної сторінки. Наразі роботи припиненні у зв'язку із воєнними діями.

7. Запущено пілотний проект на блокчейні разом із FSC.

8. Проходить процес створенням електронної товарно-транспортної накладної. Єдиний інструмент для прозорого процесу оформлення документів на вантажоперевезення, що дозволяє легко оформити е-ТТН, провести миттєво обмін електронними документами, і все це буде надійно зберігатися та легко відшукуватись в електронному архіві.

9. Комплексна система захисту інформації (КСЗІ) мереж мисливської галузі. Реалізовано перший етап технічного процесу створення комплексної системи захисту інформації інформаційнотелекомунікаційної системи «Мисливець», що складається з автоматизованої інформаційної системи «Мисливець» та мережі передачі даних, шляхом доопрацювання механізмів розмежування доступу в інформаційній системі та досягнення максимальної ефективності захисту за рахунок одночасного цільового використання усіх необхідних ресурсів.

10. Розпочато процес об'єднання структурно-розрізнених регіональних баз даних в Єдину базу даних «Мисливець». Вже отримано всі регіональні бази даних, вивчена їх структура та розроблено план злиття децентралізованих баз даних в єдину базу з уніфікованою структурою.

Суттєвих результатів досягнуто у питанні визначення та збереження самосійних лісів. Для збереження самозалісених земель на підставі наданої

Держгеокадастром інформації, державними лісогосподарськими підприємствами відповідно до чинного законодавства розпочато відповідні заходи з метою приєднання самозалісених ділянок до складу цих підприємств.

У 2022 році прийнято Закон України від 20.06.2022 № 2321-IX «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо збереження лісів». Законом передбачено:

- визначення механізму збереження самосійних лісів з подальшим веденням лісового господарства на цих територіях;

- встановлення заборони на розорювання пасовищ і сіножатей на період до 01.01.2025 року;

- проведення інвентаризації відмінних від ріллі ділянок, які були передані з державної в комунальну власність з метою виявлення природоохоронних ділянок та вжиття заходів для їх збереження;

- спрощення процедури ведення лісового господарства для постійних лісокористувачів та власників лісів на площі менше 100 га;

- надання Кабінету Міністрів України права погоджувати зміну цільового призначення лісів на землях всіх категорій, права надавати в постійне користування ліси державної форми власності для ведення лісового господарства;

- введення заборони на використання інвазійних видів дерев при лісорозведенні;

- спрощення процедури лісорозведення;

- спрощення процедури переведення в землі лісогосподарського призначення земель приватної власності при наявності бажання власника;

- підтвердження права власності на ліси для державних та комунальних лісогосподарських підприємств на основі планово-картографічних матеріалів лісовпорядкування;

- запровадження механізму викупу державою земельних ділянок для збереження територій природно-заповідного фонду та ведення лісового господарства. На виконання даного закону Кабінетом Міністрів України прийнято наступні постанови:

- від 22.12.2022 № 1410 «Про внесення змін до Правил відтворення лісів»;

- від 04.02.2023 № 105 «Про затвердження Порядку вирубування дерев і чагарників та використання одержаної при цьому деревини у разі зміни цільового призначення земельних лісових ділянок або встановлення сервітуту з метою їх використання в цілях, не пов'язаних із веденням лісового господарства, та переведення земельних лісових ділянок до нелісових земель»;

- від 07.02.2023 № 112 «Про затвердження Порядку здійснення лісовпорядкування».

Наразі Держлісагентством продовжується робота з приведенням нормативно-правових актів у сфері лісового господарства до кращих європейських практик.

Станом на 01.01.2023 державні підприємства Держлісагентства направили 1675 клопотань до відповідних органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування щодо передачі самозалісених земельних ділянок у постійне користування на загальну площу 44,7 тис. га. Отримано 1040 відповідей, з них 410 позитивних на загальну площу 11,8 тис. га. Із даної площі розроблено 193 проектів землеустрою або технічної документації на загальну площу 3136,07 га, присвоєно кадастрових номерів – на 3122,27 га, отримано витягів з державного реєстру речових прав – на 2006,1 га.

Держлісагентство затвердило план заходів зі створення лісових селекційнонасіннєвих центрів у 2022 році, яким передбачалось будівництво 9-ти нових, розширення існуючих 2-х та відновлення 1-го у ДП «Лиманський

лісгосп» (Донецька область) селекційно-насіннєвих центрів для вирощування садивного матеріалу із закритою кореневою системою.

Відповідно до Указу Президента України від 24 лютого 2022 року № 64/2022 «Про введення воєнного стану в Україні», на виконання пункту 3 наказу Державного агентства лісових ресурсів України від 11.05.2022 № 381 «Про результати лісокультурного виробництва у 2021 році та завдання на 2022 рік з врахуванням особливостей роботи в умовах воєнного стану», щодо внесення змін до наказу Державного агентства лісових ресурсів України від 22.02.2022 № 335 «Про затвердження плану заходів зі створення лісових селекційно-насіннєвих центрів у 2022 році» та пропозицій обласних управлінь лісового та мисливського господарства прийнято рішення про внесення змін до плану заходів зі створення лісових селекційно-насіннєвих центрів (наказ від 06.06.2022 № 454), згідно з яким у 2022 році заплановано будівництво 5-ти нових, та розширення 1-го існуючого селекційно-насіннєвих центрів для вирощування садивного матеріалу із закритою кореневою системою та у 2023 році будівництво 4-х нових, розширення 1-го існуючого селекційно-насіннєвих центрів та відновлення 1-го у ДП «Лиманський лісгосп» (Донецька область) для вирощування садивного матеріалу із закритою кореневою системою.

У вересні 2022 року на базі ДП «Овруцький спецлісгосп», що координувався Житомирським обласним управлінням лісового та мисливського господарства відкрито селекційно-насіннєвий центр. На початку листопада 2022 року розширено селекційно-насіннєвий центр на базі державних підприємств «Славутський лісгосп» та «Ізяславський лісгосп», що координувалися Хмельницьким обласним управлінням лісового та мисливського господарства.

У 2023 році планується здійснити наступні кроки з удосконалення сталого лісоуправління:

- Ліквідація негативних наслідків збройної агресії рф на лісове господарство.

- Подальше виконання програми Президента України «Зелена країна».

- Подальша цифровізація лісового господарства.

- Подальше розширення існуючих потужностей та будівництво нових лісонасінєвих заводів для вирощування посадкового матеріалу із закритою кореневою системою.

- Подальше формування ефективного та прозорого ринку деревини.

- Подальший розвиток рекреації.

- Подальше запровадження принципів наближеного до природи лісівництва.

Отже, Державне спеціалізоване господарське підприємство «Ліси України» в своїй діяльності впроваджує принципи екологічного маркетингу. Заходи, які реалізуються в діяльності досліджуваного підприємства, частково входять до запропонованих стратегій реалізації екологічного маркетингу. Використання запропонованих стратегій ускладнюється широкомасштабною агресією рф, яка триває в Україні. Після перемоги також потрібно буде доповнити запропоновані стратегії заходами щодо розмінування лісів і подальшого їх відновлення.

ВИСНОВКИ

Екологічний маркетинг, також відомий як «зелений маркетинг» або «екомаркетинг», – це маркетингова стратегія, яка акцентується на екологічності та сталому розвитку. Головною метою екологічного маркетингу є просування продуктів та послуг, які мають менший негативний вплив на природу та споживачів, або навіть сприяють збереженню навколишнього середовища.

Ліси відіграють вагому роль як у формуванні вуглецевого балансу атмосфери, так і у збереженні біорізнаманіття. І факт важливості лісів та лісового господарства на сьогодні є загальновизнаним, і не викликає жодних сумнівів. Загальна площа лісових ділянок, що належать до лісового фонду України, становить 10,4 млн га, в тому числі вкриті лісовою рослинністю 9,6 млн га. Лісистість України становить 15,9%. Але, незважаючи на досить невелику лісистість території, Україна займає 9-те місце у Європі за площею лісів та 7-те місце за запасами деревини.

Збройна агресія російської федерації проти України мала та має суттєві наслідки для лісового господарства України - 2.9 млн га лісів мають різні рівні пошкодження. З урахуванням лісів АР Крим та Луганської та Донецької областей, які були окуповані до 2022 року, на даний час близько 1 млн га лісів знаходяться в окупації чи перебувають під впливом активних бойових дій.

У 2022 році в межах України було реалізовано 13067,6 тис.м^3 лісової продукції на загальну суму 21583,4 млн.грн. Найвища ціна серед реалізованої продукції ділового круглого лісу листяних порід – 4937,8 грн за м^3. Ціна ділового круглого лісу хвойних порід – 2052,3 грн за м^3. Найнижча ціна у паливної деревини – 881,8 грн за м^3. Протягом 2022 року було імпортовано деревини та продукції з неї на суму 187972 тис дол. США. Експорт становив 1618053 тис.дол. США.

ДП «Ліси України» є одним із найбільших лісокористувачів Європи та найбільшим лісокористувачем України. Належить до сфери управління Державного агентства лісових ресурсів України (Держлісагентства). В

управлінні підприємства перебуває 6,6 млн га земель державного лісового фонду. Спеціалізація ДП «Ліси України»: ведення лісового господарства, охорона, захист, раціональне використання та відтворення лісів; ведення мисливського господарства; охорона, відтворення та раціональне використання державного мисливського фонду на території мисливських угідь, наданих у користування підприємству. ДП «Ліси України» складається з центрального апарату, 9 регіональних офісів з 148 філіями, до складу яких входить 1451 лісництво.

На основі проведених SWOT-аналізу та PEST-аналізу вважаємо за потрібне рекомендувати досліджуваному підприємству наступні стратегії реалізації екологічного маркетингу: 1. Екологічна освіта та сприяння свідомому використанню лісових ресурсів; 2. Технологічна інновація для сталого лісового господарства; 3. Партнерство з екологічними організаціями; 4. Застосування інновацій у виробництві та продажу продукції.

На сьогоднішній день ДП «Ліси України» використовує такі підходи до реалізації екологічного маркетингу: впроваджено пілотний проєкт для подачі документів на отримання і видачу лісорубного квитка (е-Ліс https://eco.gov.ua/), електронний сертифікат про походження лісоматеріалів та виготовлених з них пиломатеріалів, розроблено державний онлайн-магазин з продажу дров для населення «ДроваЄ», інформація про санітарні рубки стала максимально відкритою для громадськості, запущено проєкт дешифрування знімків для визначення площ лісів України, створено Лісовий портал, що дасть можливість мати під руками уніфіковане рішення у вигляді інформаційного ресурсу, де систематизовано всі послуги, реєстри та дані тощо.

Заходи, які реалізуються в діяльності досліджуваного підприємства, частково входять до запропонованих стратегій реалізації екологічного маркетингу. Використання запропонованих стратегій ускладнюється широкомасштабною агресією рф, яка триває в Україні. Після перемоги також потрібно буде доповнити запропоновані стратегії заходами щодо розмінування лісів і подальшого їх відновлення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1.Екологічний маркетинг : навчальний посібник / А.М. Вічевич та ін. Львів : УкрДЛТУ, 2002. 248 с.

2. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С. Екологічний маркетинг і еколого-економічна безпека. *Вісник Черкаського університету*. Серія «Економічні науки». 2003. Вип. 48. С. 162–170.

3. Петруня Ю.Є., Петруня В.Ю. Маркетингові екологічні стратегії підприємств. *Механізм регулювання економіки*. 2007. № 4(32). С. 185–190.

4. Садченко Е.В., Харичков С.К. Екологічний маркетинг: поняття, теорія, практика і перспективи розвитку. Одеса: Інститут проблем ринку та економічних досліджень НАН України, 2001. 146 с.

5. Ottman J.A., Reilly W.R. Green Marketing: Opportunity for Innovation. USA : Booksurge Llc, 2006. 288 p.

6. Рибіна О. І. Формування механізму екологічного маркетингу в контексті концепції сталого розвитку. *Ефективна економіка*. 2020. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7594 (дата звернення: 14.11.2023).

7. Коцко Т.А., Ковальчук О.В. Розвиток підприємства на засадах концепції екологічного маркетингу. Сучасні підходи до управління підприємством : зб. наук. пр. НТУУ КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2020. № 5. С. 44-58.

8. Гайдар А.А. Інструментарій екологічного маркетингу в біотехнологічному виробництві. *Економічний дискурс*. 2020. № 3. С. 7-15.

9. Гайдар А.А., Зіновчук Н.В., Лазаренко І.В. Використання цифрових маркетингових підходів у біотехнологічному виробництві. *Збалансоване природокористування*. № 4. 2021. С. 62-70.

10. Чернишов, О. Екологічний маркетинг як складова політики сталого розвитку на ринку екологічних товарів і послуг. *Mechanism of an Economic Regulation,* 2023. №1(99), С. 29-33. URL: https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.05 (дата звернення: 10.09.2023).

11. Рябова Т. А. Проблеми та перспективи екологічного маркетингу в Україні. Держава та регіони. Серія : *Економіка та підприємництво*. 2019. № 3. С. 155-159. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2019_3_32.

12. Ращенко А.В., Лесь А.В., Бордюг Н.С., Майкун Є.І. Методичні аспекти кліматичного профілювання жителів міст. *Екологічні науки*. 2020. № 2(29). Т. 2. С. 165-168.

13. Ращенко А. В. Сутність та тенденції розвитку екологічного маркетингу. *Ефективна економіка*. 2021. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8650 (дата звернення: 30.11.2023).

14. Гаврилець О.В., Дочинець Н.В., Кампо Г.М. Зелений маркетинг – перспективна концепція ринкового позиціювання як реакція на виклики сьогодення. *Механізм регулювання економіки*. 2022. № 3-4 (97-98). С. 118-122.

15. Князєва, Т., Ороховська, Л. (2023). Екологічний маркетинг у парадигмі сталого розвитку: теоретико-методологічний аспект. *Mechanism of an Economic Regulation*. 2023. №1(99). С. 17-22. URL: https://doi.org/10.32782/mer.2023.99.03 (дата звернення: 14.11.2023).

16. Шапоренко О. І. Екологічний маркетинг як запорука якості життя: концепції, стратегія, ринок. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2019. № 2. RL: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1456 (дата звернення: 04.11.2023).

17. Решетнікова І. Екологічний маркетинг в системі соціальної відповідальності промислових підприємств. *Економічний вісник ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*. 2018. № 2. С. 143-148. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evdvnz_2018_2_25 (дата звернення: 14.09.2023).

18. Ілляшенко С.М., Прокопенко О.В. Менеджмент екологічних інновацій. Суми : Вид-во СумДУ, 2003. 266 с.

19. Ілляшенко С.М. Аналіз ринкових можливостей і потенціалу інноваційного розвитку організації на базі екологічних інновацій. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 3. С. 229-241.

20. Ілляшенко С.М., Прокопенко О.В. Формування ринку екологічних інновацій: економічні основи управління : монографія. Суми : Університетська книга, 2002. 250 с. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/45635 (дата звернення: 21.10.2023).

21. Прокопенко О.В. Екологічний маркетинг: Навч. посіб. К.: Знання, 2012. 319 с.

22. Садченко О.В., Харічков С.К. Маркетинг екологічно спрямованої інноваційної діяльності. Проблеми управління інноваційним підприємництвом екологічного спрямування. Суми: Університетська книга, 2007. С. 225- 233.

23. Садченко Е.В. Принципи і концепції екологічного маркетингу: Монографія. Одеса: Астропринт, 2002. 400 с.

24. Кислий В. М., Лапін Є. В., Трофименко Н. А. Екологізація управління підприємством: монографія. Суми: ВТД «Університетська книга», 2002. 232 с.

25. Чуприна Н. М. Особливості проявів еколого-орієнтованого управління. *Ефективна економіка*. 2019. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7466 (дата звернення: 04.10.2023).

26. Чуприна Н. М. Забезпечення еколого-орієнтованого розвитку хімічних підприємств. *Економіка й управління підприємством. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2019. № 3 (94). С. 58-64.

27. Домашенко М.Д., Котенко О.О., Котенко Ю.Л. Формування спеціалізованого інвестиційного фонду для забезпечення енерго- та ресурсозбереження на підприємствах, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність. *Бізнес-інформ*. 2019. № 8. С. 117-123.

28. Домашенко М.Д., Школа В.Ю., Кліменко О.В. Оцінка рівня еколого-економічної безпеки зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Механізм регулювання економіки*. 2014. № 1.

29. American Marketing Association. URL: www.marketingpower. Com (дата звернення: 22.09.2023).

30. Боєнко О.Ю. Використання еко-брендингу вітчизняними товаровиробниками. *Наукові праці ДонНТУ*. Серія: економічна. 2019. №2 (21). С. 40-47.

31. Леденко В. Тренд на турботу про екологію: хто використовує це в маркетингу. Koloro. 2018. URL: https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/trend-na-zabotu-obekologii.html (дата звернення: 15.10.2023).

32. Фещур І.В. Екологічний маркетинг та концепція екологічно відповідального бізнесу в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2019. № 45. С. 119-124.

33. Плахотнікова Л.О., Булах Т.М. Екологічний маркетинг у системі формування соціальної відповідальності бізнесу. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту.* 2019. № 4. С. 101-108.

34. Коростова І.О. Зв'язок зеленого маркетингу з екологічною політикою підприємства. *European scientific journal of Economic and Financial innovation*. 2020. №2(6). С. 229-238.

35. Moravcikova D., Krizanova A., Kliestikova J., Rypakova M. Green Marketing as the Source of the Competitive Advantage of the Business. *Sustainability*. 2017. № 9. URL: https://doi.org/10.3390/su9122218 (дата звернення: 16.10.2023).

36. Zhang J.Z., Watson G.F. Marketing ecosystem: An outside-in view for sustainable advantage. Industrial Marketing Management. 2020. № 88. pp. 287-304. URL: https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.04.023 (дата звернення: 08.09.2023).

37. Публічний звіт голови Державного агентства лісових ресурсів України за 2022 рік. URL: https://forest.gov.ua/storage/app/sites/8/publich_zvit/publichnii-zvit-za-2022.pdf (дата звернення: 16.10.2023).

38. Державна служба статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 18.10.2023).

39. Офіційний сайт Євростат. URL: https://ec.europa.eu/eurostat (дата звернення: 16.10.2023)

40. Євростат. З 2020 року виробництво дров зросло на 4%. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20221220-2 (дата звернення: 16.10.2023).

41. Попадинець Н.М. Внутрішній ринок продукції лісової промисловості України : проблеми та напрями розвитку : монографія. Львів : ІРД НАН України, 2014. 182 с.

42. Благун І.С. Управління лісопромисловим комплексом в ринкових умовах. Івано-Франківськ : Плай, 1999. 124 с.

43. Лицур І.М. Територіальна організація лісового комплексу України в умовах трансформації продуктивних сил : дис. ... доктора екон. наук : 08.00.06. Київ, 2005. С. 132-133.

44. Попадинець Н.М. Внутрішній ринок продукції лісової промисловості України : проблеми та напрями розвитку : монографія. Львів : ІРД НАН України, 2014. 182 с.

45. UkraineInvest. Війна росії проти України впливає на світовий ринок деревини. URL: https://ukraineinvest.gov.ua/news/24-06-22-5/ (дата звернення: 12.10.2023).

46. Дикаленко Михайло. Що Україна експортує в умовах війни – рейтинг. URL: https://thepage.ua/ua/economy/tovarnij-eksport-z-ukrayini-u-2022#anchor-6 (дата звернення: 12.10.2023).

47. Державна митна служба України. Статистика та реєстри. URL: https://customs.gov.ua/statistika-ta-reiestri (дата звернення: 16.10.2023).

48. Яворський Павло, Павицька Юлія, Кухта Павло та Литвинов Валентин. Ринок деревини та лісоматеріалів України: як працює та що стримує розвиток? URL: https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/12/KSE_Rinok_derevini_ta_lisomaterialiv.pdf (дата звернення: 03.09.2023).

49. Відкритий ліс. Чому відновлення експорту необробленої деревини не допоможе ДП «Ліси України». URL: https://www.openforest.org.ua/268449/ (дата звернення: 16.10.2023).

50. ЕкоСистема. Національна онлайн-платформа, яка містить актуальну інформацію про стан довкілля. URL: https://eco.gov.ua/ (дата звернення: 10.11.2023).

51. ДроваЄ. Магазин дров для населення. URL: https://drovae.gov.ua/ (дата звернення: 10.11.2023).

Додатки

Таблиця 1

Експорт-імпорт основних видів деревини за країнами у 2022 році, тис.дол.США

Код і найменування товарної позиції за УКТЗЕД	Імпорт			Експорт		
	код країни	вартість	питома вага, %	код країни	вартість	питома вага, %
Лісоматеріали необроблені	Польща	5138	43,81			
	Словаччина	5119	43,64			
	Угорщина	708	6,04			
	Інше	764	6,51			
Всього		**11729**			**0**	
Деревина бондарна; колоди; палі, кілки, стовпи, деревина лущена	Бельгія	3	100,00	Польща	3215	59,91
				Латвія	1054	19,64
				Румунія	287	5,35
				Інше	810	15,10
Всього		**3**			**5366**	
Шерсть деревна або тонка стружка; борошно деревне	Бельгія	255	75,44	Німеччина	3020	57,39
	Німеччина	46	13,61	Австрія	1159	22,03
	рф	35	10,36	Нідерланди	230	4,37
	Інше	2	0,59	Інше	853	16,21
Всього		**338**			**5262**	
Шпали дерев'яні для залізничних чи трамвайних колій	білорусь	289	100,00	Польща	886	74,58
				Молдова	199	16,75
				Румунія	87	7,32
				Інше	16	1,35
Всього		**289**			**1188**	
Лісоматеріали оброблені, завтовшки більш як 6 мм	Швеція	1244	34,04	Угорщина	57012	12,04
	Румунія	723	19,78	Польща	49882	10,53
	Польща	364	9,96	Італія	40467	8,55
	Інше	1324	36,22	Інше	326193	68,88
Всього		**3655**			**473554**	
Листи для облицювання, листи для фанери не більш як 6 мм	Румунія	14278	63,07	Австрія	80287	25,07
	Польща	5945	26,26	Польща	46650	14,57
	Естонія	498	2,20	Іспанія	30157	9,42
	Інше	1919	8,48	Інше	163166	50,95
Всього		**22640**			**320260**	
Пилопродукція з деревини у вигляді профільованого погонажу	Молдова	442	34,61	Польща	4422	15,19
	Фінляндія	142	11,12	Румунія	3371	11,58
	рф	112	8,77	США	2313	7,95
	Інше	581	45,50	Інше	19002	65,28
Всього		**1277**			**29108**	

Продовження таблиці 1

Код і найменування товарної позиції за УКТЗЕД	Імпорт			Експорт		
	код країни	вартість	питома вага, %	код країни	вартість	питома вага, %
Плити деревостружкові та подібні	Румунія	10546	56,06	Польща	48997	51,61
	Італія	2353	12,51	Молдова	18574	19,57
	Польща	2061	10,96	Румунія	10737	11,31
	Інше	3852	20,48	Інше	16621	17,51
Всього		**18812**			**94929**	
Плити деревоволокнисті	Польща	33619	37,33	Польща	8110	22,40
	Німеччина	14955	16,61	Чехія	5385	14,87
	Туреччина	14612	16,23	Румунія	4137	11,43
	Інше	26868	29,84	Інше	18578	51,31
Всього		**90054**			**36210**	
Фанера клеєна, панелі фанеровані	білорусь	4544	29,51	Польща	28333	27,04
	Китай	3526	22,90	Румунія	9968	9,51
	Латвія	3007	19,53	Нідерланди	9570	9,13
	Інше	4319	28,05	Інше	56905	54,31
Всього		**15396**			**104776**	
Деревина пресована	Німеччина	103	55,38	Румунія	179	62,15
	білорусь	67	36,02	Сербія	39	13,54
	Італія	6	3,23	Італія	30	10,42
	Інше	10	5,38	Інше	40	13,89
Всього		**186**			**288**	
Рами дерев'яні для картин, фотографій, дзеркал	Китай	207	52,54	Німеччина	243	51,59
	Франція	112	28,43	Румунія	42	8,92
	Польща	51	12,94	Нідерланди	38	8,07
	Інше	24	6,09	Інше	148	31,42
Всього		**394**			**471**	
Тара з деревини, барабани для кабелів, піддони з деревини	Польща	1668	45,35	Німеччина	46765	19,68
	Німеччина	614	16,69	Італія	43505	18,30
	Литва	379	10,30	Нідерланди	31000	13,04
	Інше	1017	27,65	Інше	116417	48,98
Всього		**3678**			**237687**	
Бочки, барила, чани, діжки та їх частини з деревини	Франція	47	83,93	Франція	3400	66,88
	Литва	8	14,29	Словаччина	713	14,02
	Італія	1	1,79	Польща	527	10,37
				Інше	444	8,73
Всього		**56**			**5084**	
Інструменти, оправи та ручки для інструментів з деревини	Польща	67	46,85	Німеччина	4819	50,35
	Китай	44	30,77	Польща	902	9,42
	Німеччина	25	17,48	Франція	742	7,75
	Інше	7	4,90	Інше	3108	32,47
Всього		**143**			**9571**	

Продовження таблиці 1

Код і найменування товарної позиції за УКТЗЕД	Імпорт			Експорт		
	код країни	вартість	питома вага, %	код країни	вартість	питома вага, %
Вироби столярні та теслярські будівельні деталі	Німеччина	2050	20,37	Польща	76278	37,01
	Польща	1799	17,88	Швеція	14511	7,04
	рф	1343	13,34	Румунія	13381	6,49
	Інше	4872	48,41	Інше	101936	49,46
Всього		**10064**			**206106**	
Посуд та прибори столові або кухонні, дерев'яні	Китай	2662	92,66	Китай	1966	38,35
	Індія	67	2,33	Польща	741	14,45
	Польща	53	1,84	Литва	429	8,37
	Інше	91	3,17	Інше	1991	38,83
Всього		**2873**			**5127**	
Дерев'яні декоративні вироби, предмети меблів, крім 94 групи	Китай	301	51,19	США	3451	54,45
	Індія	67	11,39	Німеччина	559	8,82
	Литва	44	7,48	Велика Британія	443	6,99
	Інше	176	29,93	Інше	1885	29,74
Всього		**588**			**6338**	
Інші вироби з дерева	Китай	3058	52,75	Німеччина	13587	17,71
	Австрія	943	16,27	Італія	12532	16,33
	Польща	434	7,49	Польща	8582	11,18
	Інше	1362	23,49	Інше	42027	54,77
Всього		**5797**			**76728**	
Разом		187972			1618053	