

Миронець М. А., ст. викладач кафедри гуманітарних та загально-технічних дисциплін, Ціпан Ю. Р., ст. викладач кафедри лісівництва, Грицюк І. І., ст. викладач кафедри гуманітарних та загально-технічних дисциплін, Семенюк М. В., ст. викладач кафедри лісівництва (Надслучанський інститут НУВГП, м. Березне, m.a.myronets@nuwm.edu.ua, y.r.tsipan@nuwm.edu.ua, i.i.hrytsiuk@nuwm.edu.ua, m.v.semeniuk@nuwm.edu.ua)

АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ ВИКОРИСТАННЯ НЕДЕРЕВНИХ РЕСУРСІВ ЛІСУ

Проведено аналіз проблем у сфері використання недеревних ресурсів лісу. З'ясовано, що частка недеревних лісових продуктів у загальному об'ємі валового лісового продукту у багатьох європейських країнах становить 20–30% і може сягати навіть 50%, а в США – ця частка є ще й законодавчо закріпленою. Досліджено, що у нашій країні потребує удосконалення чинне законодавство, що регулює процеси управління та обліку недеревної продукції, їхню оцінку та бюджетування. Узагальнено, що бюджет маркетингових програм планується на основі очікуваних витрат на маркетингові заходи і, як правило, виділяється виходячи з фінансових можливостей підприємства, поточного і прогнозованого обсягу продажу, прибутків підприємства.

***Ключові слова:* лісопродукція; недеревна продукція; ресурси.**

Постановка проблеми. Землями лісогосподарського призначення, крім лісодеревини, генерується недеревна продукція. Зокрема, це стосується лікарських рослин, грибів, ягід, випасання тварин, генези фауністики й флористики, організації лікування й відпочинку тощо. Бюджетування є історично виправданим методом, покликаним підвищити рівень ефективності управління підприємством. У процесі розвитку бюджетування проходить різні етапи свого розвитку, діапазон яких змінюється від всеосяжного використання і до повної відмови від його використання. В Україні доцільно розглянути причини, що викликали появу такого підходу до управління організацією, особливості його розвитку та використовувати необхідні і виправдані підходи до управління за допомогою бюджетування.

Актуальність проблеми полягає в тому, що відсутність належної державної уваги до галузі відбивається на стані справ регіональних ринків заготівлі недеревних ресурсів лісу (далі НРЛ), яким прита-

манна нестабільність, пов'язана з відсутністю в регіонах достатньої кількості переробних підприємств, які б забезпечували стійкий попит на сировину. Суб'єкти підприємницької діяльності не проявляють інтересу до більш прибуткової переробки, що пояснюється, зокрема, високою капіталомісткістю переробної ланки і відсутністю маркетингових досліджень щодо реалізації готової продукції. Все більш актуальним постає питання, щодо здійснення маркетингового бюджетування при використанні недеревних ресурсів лісу.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження був аналіз сучасних особливостей та проблем при використанні недеревних ресурсів лісу.

Об'єкт дослідження – аналіз використання недеревних ресурсів лісу. Предмет дослідження – маркетингове бюджетування при використанні недеревних ресурсів лісу.

Основними завданням дослідження є:

аналіз концептуальних засад дослідження недеревних ресурсів лісу;

аналіз особливостей використання недеревних ресурсів у світовій практиці;

аналіз маркетингового бюджетування при використанні недеревних ресурсів лісу.

Наукова новизна дослідження полягає в комплексному та всебічному аналізі використання недеревних ресурсів лісу, дослідженні сучасних особливостей маркетингового бюджетування при використанні недеревних ресурсів лісу.

Матеріал і методи досліджень. В основу дослідження покладено принципи діалектичного методу пізнання явищ і процесів. Під час проведення досліджень використані такі загальнонаукові методи: індукції, дедукції, наукової абстракції, системний та історико-порівняльний – для з'ясування теоретичних основ маркетингового бюджетування та всебічного аналізу використання та значення недеревних ресурсів лісу.

Виклад основного матеріалу. Недеревні ресурси лісу як складова лісових ресурсів є одним із резервів поповнення необхідних для населення продуктів харчування, а також цінною сировиною для харчової, фармацевтичної та інших галузей народного господарства. Заготівля харчових продуктів лісу рослинного походження – вагомий внесок комплексних лісових підприємств у забезпечення населення цінними продуктами харчування [1, С. 174–175].

Недеревні лісові ресурси є особливим видом ресурсів лісогосподарських підприємств, що безпосередньо впливає на організацію і методику їх планування та обліку. Особливість полягає в тому, що:

- вони є дикорослими природними ресурсами;
- більшість з них мають сезонний характер;
- їх поява або відсутність залежить від природнокліматичних та метеорологічних умов;
- їх кількість залежить від урожайності (інтенсивності плодоношення) і природно-кліматичних та метеорологічних умов;
- вони потребують мінімум затрат на виробництво, але максимум затрат на охорону;
- вони є багаторічними або самовідновлюваними (самовисівними), але їх поява і зникнення з року в рік є не завжди передбачуваними, прогнозованими [2, С. 78].

Окремі аспекти формування та реалізації системи маркетингового менеджменту на підприємствах лісового господарства України висвітлено у працях Вічевич А. М., Горохівського О. І., Голячук Н. В., Голячук С. Є., Дишко І. Ю., Дудюка В. С., Кравця П. В., Максимець О. В., Розвода С. В., Синякевича І. М., Рябчук В. П.

В. П. Рябчук описує негативні наслідки безконтрольного сінокошення у лісі та випасу худоби на лісових пасовищах. Випасання худоби може спричинити порушення біологічної рівноваги, а це, в свою чергу, зумовить деградацію та повне руйнування лісових формацій [3, С. 107].

Дослідження науковців засвідчують, що подальше використання лісових ресурсів недеревного походження на лісогосподарських землях потребує проведення їх економічного оцінювання. Зокрема, Л. О. Малик пропонує стягувати плату за спеціальне використання недеревної продукції рослинного походження через справляння плати за обсяг заготовлених у лісі грибів, ягід, лікарських рослин та інших недеревних продуктів лісу.

Основною статтею доходу в лісовому господарстві сьогодні є продукція від заготівлі деревини, яка становить понад 90–95% від загального обсягу і лише 5–10% припадає на НРЛ [4, С. 326–327]. При цьому, на відміну від ресурсів деревного походження, відновлюваність яких може становити понад сто років, оборот відновлення у ресурсів недеревного походження – здебільшого не перевищує одного року. Частка недеревних лісових продуктів у загальному об'ємі валового лісового продукту у багатьох європейських країнах становить 20–30% і може сягати навіть 50%, а в США – ця частка є ще й законодавчо закріпленою.

До ключових комерційних НРЛ в ЄС відносяться різдвяні ялинки, гриби (включаючи трюфелі), мед, горіхи, ягоди, пробка, смоли та ін.

Фінляндія. Фінські ліси відкриті для громадян і право на вільне відвідування лісу закріплено законом [5, С. 56–58]. У Фінляндії росте близько 37 видів їстівних дикорослих ягід, 16 з яких збирають для вживання в їжу. Загалом, у фінських лісах щорічно збирають близько 40 млн кг ягід, 75% з них для домашніх заготовок. Найбільше господарське значення мають брусниця, чорниця і морошка.

Швеція. Ключовим моментом у питанні багатогоціньового лісокористування в цій країні є право вільного доступу в ліс, незалежно від його власності. Це право є основою вільної рекреації і пересування по лісах Швеції з метою збору грибів, ягід, лікарських трав, квітів тощо. Єдиною вимогою є повага до природи і прав лісовласників.

Іспанія. Збір НРЛ у самому лісистому регіоні Кастилія і Леон здійснюється, в основному, місцевим населенням, і слабо контролюється державою, тому точний його обсяг невідомий. Здебільшого, це збір їстівних соснових горіхів (близько 600 т на рік). Крім того, в Іспанії здійснюється збір таких видів НРЛ як живиця сосни чорної, дубової пробки, плодів каштана, їстівних грибів і лікарських трав.

Італія. Найбільш відомим та цінним НРЛ у цій країні є білий трюфель, який збирають в області П'ємонт. При цьому шукають трюфелі тільки ліцензовані збирачі зі спеціально навченими собаками.

Сьогодні люди, зокрема в Україні, все більш переймаються особистим здоров'ям та екологією довкілля, тому попит на дикорослі лісові товари невпинно зростає. Важливість тематики підтверджена науковими дослідженнями в галузі недеревних ресурсів лісу. Однак у літературі висвітлюють, головним чином, окремі досягнення або недоліки роботи в цьому напрямку, а значно менше публікацій щодо визначення перспективних напрямів розвитку національної лісової політики з розвитку недеревинного лісокористування. Важливим є не тільки оцінка ресурсно-виробничого потенціал НРЛ, але й розробка нових підходів до розвитку цього виду лісокористування за умов залучення територіальних (сільських) громад до комплексного управління багатифункціональними властивостями лісів [6; 7; 8; 9].

Досить важливе місце займає маркетингове бюджетування при використанні недеревних ресурсів лісу. Одним із найважливіших напрямів маркетингового бюджетування було визначено комплексне використання лісових ресурсів – як деревних, так і недеревних, як матеріальних, так і нематеріальних. З огляду на розвиток ринків різних товарів, що походять з лісу, необхідно передбачати вдоскона-

лення технологій виробництва та розробку нових товарів [10]. Підприємства повинні акумулювати фінансові ресурси і стимулювати залучення інвестиційних ресурсів, зокрема шляхом залучення приватного бізнесу.

Для оптимального використання ресурсів підприємствами повинні отримувати на галузевому рівні актуальну інформацію про тенденції, що спостерігаються в економіці. В свою чергу держава, через галузеве управління має спрямовувати стратегічний розвиток лісогосподарських підприємств у напрямі державної економічної і соціальної політики, застосовуючи при цьому переважно економічні інструменти стимулювання – пільгові кредити, субсидії, податкові пільги тощо.

Паралельно із наведеними заходами, спрямованими на формування пропозиції товарів на ринку, мають бути адекватні заходи й щодо формування попиту на недеревні ресурси лісу. Керівництвом підприємств повинні передбачатись додаткові витрати на інформування потенційних споживачів про нові та існуючі товари, а також рекламу.

Позитивний вплив на попит у значній мірі визначається іміджем підприємства і галузі в цілому. Тому має бути розроблений комплекс стратегічних заходів щодо формування і підтримки іміджу на усіх рівнях. Але одним із головних факторів, що ускладнює виконання місії маркетингового бюджетування щодо комплексного використання лісових ресурсів є недосконалий механізм за їхнім контролем [11]. Зокрема, побічне користування лісовими ресурсами з одного боку потребує плати та наявності лісового квитка, а з іншого, на підставі ст. 66 Лісового кодексу України, надає право на безкоштовне користування для власних потреб у межах затверджених норм без оформлення відповідних документів.

Одним із заходів, що стимулюватимуть широкого залучення побічного користування до господарської діяльності лісгоспів може стати система контролю за походженням цих ресурсів, якщо вони стають предметом товарно-ринкових відносин. Зважаючи на соціальну значущість деяких видів лісопродукції доцільним є встановлення диференціального підходу до оподаткування різних напрямів діяльності лісогосподарських підприємств, зокрема щодо надання рекреаційних послуг [3, С. 161–162]. Подібний інструментарій маркетингового бюджетування має застосовуватись і щодо збільшення асортименту та номенклатури лісопродукції, призначеної для реалізації.

Окрім зазначених заходів лісогосподарські підприємства мають застосовувати усі методи маркетингу щодо вивчення попиту споживачів.

вачів на продукцію, як поточного, так і перспективного. На державному рівні має бути вирішене завдання щодо стандартизації нових видів продуктів, що пропонуються для реалізації. Для забезпечення ефективного функціонування зазначеної системи потрібне забезпечення можливості прийняття самостійних рішень керівництвом підприємства та має бути відповідно підготовлений персонал. Це забезпечить основну вимогу ефективного функціонування маркетингового менеджменту на підприємстві – бачення чіткого взаємозв'язку між прийняттям рішення і отриманим ефектом, відчуття відповідальності за свої рішення.

Основною проблемою є відсутність системи маркетингу на підприємстві, яка постійно надає інформацію необхідну для прийняття управлінських рішень. Зважаючи на досвід сучасних підприємств лісгоспи потребують широкого впровадження концепцій процесного управління (BPM) та управління взаємовідносин зі споживачами (CRM).

Виокремимо два цикли бюджетування:

–цикл придбання та витрачання виробничих ресурсів (для здійснення заготівлі, охорони та відтворення лісових ресурсів);

–виробничий цикл (заготівля недеревної лісової продукції, проведення робіт щодо охорони та відтворення лісових ресурсів) [12].

Впровадження системи маркетингового менеджменту підприємств лісового господарства спрямовано на досягнення таких цілей:

–комплексне використання лісових ресурсів, а саме: недеревних, у тому числі й корисних властивостей лісів, що дозволить диверсифікувати джерела отримання доходу лісгосподарських підприємств, зменшити їх виробничі та комерційні ризики;

–підвищення конкурентоспроможності лісгосподарських підприємств за рахунок розвитку ринку лісопродукції (послуг з відтворення лісів, охорони тощо);

–забезпечення процесу сертифікації у лісовому секторі, що підтверджуватиме підвищені екологічні вимоги до лісопродукції та системи ведення лісового господарства;

–забезпечення довготривалих договірних відносин і поглиблення співпраці лісгосподарських підприємств (передусім вітчизняних) у напрямку поліпшення виробництва та реалізації продукції [13, С. 116].

Висновки та перспективи подальших досліджень. В ході комплексного аналізу, можемо перейти до загального висновку. Застосування концепцій дозволяє комплексно підійти до формування системи маркетингового бюджетування при використанні недеревних

ресурсів лісу, забезпечуючи аналіз всіх етапів управління з можливістю застосування необхідного інструментарію:

–при розробці стратегії розвитку – планування ключових показників ефективності;

–при поточному плануванні – застосування інструментів оперативного бюджетування;

–при моніторингу господарської діяльності – вести чіткий управлінський облік та «план-факт» аналіз;

–при застосуванні регуляторних дій – застосовувати інструменти прогнозування і моделювання.

Необхідно формувати доходи і витрати, щоб мати можливість знати розмір своїх власних коштів і зіставити їх з витратами, з метою одержання необхідних даних, як для виконання програми, так і для ведення лісового господарства на засадах сталого розвитку. Бюджет маркетингових програм планується на основі очікуваних витрат на маркетингові заходи і, як правило, виділяється виходячи з фінансових можливостей підприємства, поточного і прогнозованого обсягу продажу, прибутків підприємства. Контроль бюджету, що виділяється на реалізацію маркетингових програм при використанні недеревних ресурсів лісу, є невід'ємною частиною фінансового контролю за маркетинговою діяльністю на міжнародних ринках.

У нашій країні потребує удосконалення чинне законодавство, що регулює процеси управління та обліку недеревної продукції, їхню оцінку. Публічність і доступність таких даних слугуватиме каталізатором покращення фінансового стану суб'єктів володіння й користування лісгосподарськими землями та дасть можливість частково спрямувати виручені кошти на збереження, поліпшення й охорону недеревної продукції.

1. Ібатулін Ш. І., Сакаль О. В., Бокоч В. В. Перспективні напрями вдосконалення управління лісовими ресурсами в рамках просторового соціально-економічного розвитку України. Економіка природо-користування. *Бізнесінформ*. 2013. № 8. С. 174–175. **2.** Сторожук Т. М., Дружинська Н. С. Недеревні лісові ресурси. *Наук. вісник міжнарод. гуманітар. ун-ту* : зб. наук. праць. 2015. Вип. 10. С. 161–162. **3.** Рябчук В. П., Заячук В. Я., Горбенко Н. Є. Недеревна продукція лісу. Кормові ресурси лісу : навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів. Львів : Столом, 2015. 139 с. **4.** Синякевич І. М., Соловій І. П., Врублевська О. В. та ін. Лісова політика: теорія і практика: монографія / за заг. ред. І. М. Синякевича. Львів : ЛА «Піраміда», 2008. С. 326–327. **5.** Антоненко І. Лісоресурсний комплекс: проблеми та напрями розвитку. *Економіст*. 2011. № 4. С. 56–58. **6.** Використання недеревних ресурсів лісу як складова сталого ведення лісового господарства: Огляд міжнародних

угод та національного законодавства України / Н. С. Стрямець, Маріне Елбакідзе, В. П. Рябчук та ін. *Наук. вісник Національного лісотехн. ун-ту України* : зб. наук.-техн. праць. 2010. Вип. 20.16. С. 201–207. **7.** Практикум з ботаніки : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / І. М. Григора, Б. Є. Якубенко, І. М. Алейніков та ін. К. : Вид-во НАУ, 2003. 291 с. **8.** Хвесик М. А., Шубалий О. М., Василик Н. М. Комплексне використання лісоресурсного потенціалу: механізм стимулювання, інституціональне та інноваційно-інвестиційне забезпечення : монографія. К. : ТОВ «ДКС», 2011. 498 с. **9.** Soloviy I., Cubbage F. Forest policy in aroused society: Ukrainian post-Orange Revolution challenges. *Forest Policy and Economics*. 2007. 10. P. 60–69. **10.** Шнейдер А., Кацман Я., Топчишвили Г. Наука побеждает в инвестициях, менеджменте и маркетинге. URL: http://lib.ru/ECONOMY/INWESTICII/for_winners.txt (дата звернення: 15.01.2022). **11.** Голячук Н. В., Голячук С. Є. Організація інформаційного забезпечення маркетингової діяльності лісогосподарських підприємств. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/en_em/2008_5_1/Zbirnik_EM_08_1_125.pdf (дата звернення: 11.01.2022). **12.** Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. Бюджетування в системі управління організацією: теоретичні та прикладні засади. К. : Кондор, 2007. 234 с. **13.** Рябчук В. П. Недеревна продукція лісу : підруч. для студ. вищ. навч. закл. Львів : Світ, 1996. С. 116. **14.** Хвесик М. А., Шубалий О. М., Василик Н. М. Комплексне використання лісоресурсного потенціалу: механізм стимулювання, інституціональне та інноваційно-інвестиційне забезпечення : монографія. К. : ТОВ «ДКС», 2011. С. 78.

REFERENCES:

1. Ibatullin Sh. I., Sakal O. V., Bokoch V. V. Perspektivni napriamy vdoskonalennia upravlinnia lisovymy resursamy v ramkakh prostорового sotsial-no-ekonomichnoho rozvytku Ukrainy. *Ekonomika pryrodo-korystuvannia. Biznesinform*. 2013. № 8. S. 174–175. **2.** Storozhuk T. M., Druzhynska N. S. Nederevni lisovi resursy. *Nauk. visnyk mizhnarod. humanitar. un-tu* : zb. nauk. prats. 2015. Vyp. 10. S. 161–162. **3.** Riabchuk V. P., Zaiachuk V. Ya., Horbenko N. Ye. Nederevna produktsiia lisu. Kormovi resursy lisu : navch. posib. dlia studentiv vyshchych navchalnykh zakladiv. Lviv : Stolom, 2015. 139 s. **4.** Syniakovych I. M., Solovii I. P., Vrublevska O. V. ta in. Lisova polityka: teoriia i praktyka: monohrafiia / za zah. red. I. M. Syniakovycha. Lviv : LA «Piramida», 2008. S. 326–327. **5.** Antonenko I. Lisoresursnyi kompleks: problemy ta napriamy rozvytku. *Ekonomist*. 2011. № 4. S. 56–58. **6.** Vykorystannia nederevnykh resursiv lisu yak skladova staloho vedennia lisovoho gospodarstva: Ohliad mizhnarodnykh uhod ta natsionalnoho zakonodavstva Ukrainy / N. S. Striamets, Marine Elbakidze, V. P. Riabchuk ta in. *Nauk. visnyk Natsionalnoho lisotekh. un-tu Ukrainy* : zb. nauk.-tekhn. prats. 2010. Vyp. 20.16. S. 201–207. **7.** Praktykum z botaniky : navch. posib. dlia stud. vyshch. navch. zakl. / I. M. Hryhora, B. Ye. Yakubenko, I. M. Aleinikov ta in. K. :

Vyd-vo NAU, 2003. 291 s. **8.** Khvesyuk M. A., Shubalyi O. M., Vasylyk N. M. Kompleksne vykorystannia lisoresursnoho potentsialu: mekhanizm stymuliuvannia, instytutsionalne ta innovatsiino-investytsiine zabezpechennia : monohrafiia. K. : TOV «DKS», 2011. 498 s. **9.** Soloviy I., Cubbage F. Forest policy in aroused society: Ukrainian post-Orange Revolution challenges. *Forest Policy and Economics*. 2007. 10. R. 60–69. **10.** Shneider A., Katsman Ya., Topchyshvyly H. Nauka pobezhdat v yinvestytsyiakh, menedzhmente y marketynhe. URL: http://lib.ru/ECONOMY/INWESTICII/for_winners.txt (data zvernennia: 15.01.2022). **11.** Holiachuk N. V., Holiachuk S. Ye. Orhanizatsiia informatsiinoho zabezpechennia marketynhovoii diialnosti lisoospodarskykh pidpriemstv. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/en_em/2008_5_1/Zbirnik_EM_08_1125.pdf (data zvernennia: 11.01.2022). **12.** Kuzmin O. Ye., Melnyk O. H. Biudzhetuvannia v systemi upravlinnia orhanizatsiieiu: teoretychni ta prykladni zasady. K. : Kondor, 2007. 234 s. **13.** Riabchuk V. P. Nederevna produktsiia lisu : pidruch. dla stud. vyshch. navch. zakl. Lviv : Svit, 1996. C. 116. **14.** Khvesyuk M. A., Shubalyi O. M., Vasylyk N. M. Kompleksne vykorystannia lisoresursnoho potentsialu: mekhanizm stymuliuvannia, instytutsionalne ta innovatsiino-investytsiine zabezpechennia : monohrafiia. K. : TOV «DKS», 2011. C. 78.

Myronets M. A., Senior Lecturer, Tsipan Y. R., Senior Lecturer, Hrytsiuk I. I., Senior Lecturer, Semeniuk M. V., Senior Lecturer
(Nadsluchansky Institute The National University of Water and Environmental Engineering, Berezne)

ANALYSIS OF PROBLEMS OF NON-WOOD FOREST RESOURCES

The article analyzes the marketing budgeting usage of non-timber forest resources. Thorough research and full consideration of the well-defined topics discovered that non-timber forest resources together with the forest fauna are integrated elements of the forest ecosystem. They create a favorable ecological aura of the forest. The utilization of non-timber forest resources jointly with tourism and recreation is a key way of recovery resource exploitation that secures the biodiversity. Having analyzed the research of many scientists, it can be stated that the notion of «non-timber forest resources» consists of all the variety of flora and fauna of biological origin that are not wood. These include secondary forest materials: harvesting of galipot, stumps, bast, bark, wood greens, tree sap; side forest usage: hay making, cattle grazing, apiary placement, harvesting of wild fruits, nuts, mushrooms, berries, herbs etc. It has been established

that Christmas trees, mushrooms (including truffles), honey, nuts, berries, cork and resins are the critical commercial non-timber forest resources in the EU. It has been investigated that the marketing budgeting occupies a crucial position while using the non-timber forest resources. Among the important ways of marketing budgeting was identified the comprehensive use of forest resources. It is necessary that the strategic plans of forestry enterprises were focused on diversification of production to achieve the aim, namely, producing and realizing as many products as possible, including services. It is determined that the company's management team should anticipate and direct additional costs to inform potential consumers about new and existing products. Taking into account the social significance of some types of forest resources, it is appropriate to proceed on accordance with a differential approach to taxation of different activities of forestry enterprises. Similar marketing budgeting tools should be used to increase the assortment and nomenclature of forest products designed to implementation. Two cycles of economic activities are characterized: acquisition and expenditure cycle of production resources (for harvesting, protection and reproduction of forest resources) and manufacturing cycle (harvesting of non-timber forest products, carrying out of works towards the protection and reproduction of forest resources).

***Keywords:* forest products; non-wood products; resources.**