

Н. Є. Кузьо, Н. С. Косар, М. В. Тарасенко
Національний університет «Львівська політехніка»

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА КОНКУРЕНТНА СТРУКТУРА РИНКУ ЦЕЛЮЛОЗНО-ПАПЕРОВОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ

<https://doi.org/>

© Кузьо Н. Є., Косар Н. С., Тарасенко М. В., 2022

Встановлено, що на українському ринку целюлозно-паперової продукції функціонує велика кількість підприємств, які відчувають гострий дефіцит сировини. Тому підприємствам целюлозно-паперової промисловості необхідно збільшити кількість пунктів приймання макулатури та використовувати інноваційні технології з перероблення соломи для виробництва паперу. З метою підвищення своєї конкурентоспроможності виробники целюлозно-паперової продукції повинні більше уваги приділяти просуванню своїх товарів, зокрема із використанням Інтернету, провести SEO-оптимізацію сайтів, створити промосайти для окремих брендів товарів, призначених для кінцевих споживачів.

Ключові слова: ринок целюлозно-паперової продукції, паперова та картонна упаковка, гільзова продукція, просування продукції, SEO-оптимізація, промосайти для брендів.

Постановка проблеми

Внаслідок загострення проблем утилізації відходів, зміни уподобань споживачів із сторони виробників товарів та торговельних посередників в Україні зростає інтерес до реалізації товарів у паперовій та картонній упаковці. Можливості її використання залежать від розвитку ринку целюлозно-паперової продукції. Останній впливає також на задоволення потреб населення у засобах гігієни та на розвиток ринку паперово-білових виробів. Тому важливо дослідити тенденції зміни та структуру даного ринку, що визначатимуть стратегії подальшого розвитку підприємств на ньому та посилення їхніх конкурентних переваг.

Актуальність дослідження

Прийняття рішень щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств-виробників картонно-паперових виробів на ринку, вдосконалення окремих складових їх маркетингової діяльності потребує належного інформаційного забезпечення щодо можливостей ринку, на якому вони функціонують.

Формулювання мети та завдань статті

Метою цієї статті є аналіз тенденцій розвитку ринку картонно-паперової продукції України, його конкурентної структури за окремими видами товарів, можливостей використання Інтернет-технологій виробниками картонно-паперової продукції з метою підвищення їхньої конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Упродовж останнього часу багато науковців досліджували ринок целюлозно-паперової продукції України. Зокрема, Попадинцем Н. М. проведені дослідження целюлозно-паперової промисловості України протягом 1990–2009 рр., проаналізовані основні недоліки її функціонування. Автором зазначено, що актуальною проблемою цієї галузі є зношеність обладнання, недостатня кількість сировини, а вступ України до СОТ зумовив зростання імпорту картонно-паперової продукції, що посилює конкурентну загрозу для вітчизняних виробників [1, с. 280]. Аналогічні проблеми зазначили у своїх дослідженнях Тарасенко А. В. та Федоренко О. П. [2] на підставі аналізу розвитку підприємств целюлозно-паперової промисловості України протягом 2008–2012 рр. Ними також подано зарубіжний досвід функціонування целюлозно-паперової промисловості. Проблемам та тенденціям розвитку целюлозно-паперової промисловості України протягом 2000–2013 рр. присвячені також дослідження Зінченко Д. В., Дунської А. Р. [3] та Путінцевої С. В. [4]. Науковцями також проаналізовано зміни показників щодо споживання паперу та картону на одного жителя в Україні та світі, проведено їх порівняння, визначені перспективи розвитку цієї галузі в Україні. Дзюбенком О. М. [5] проаналізовано ресурсно-виробничі, а також організаційні та економічні передумови для формування інноваційного розвитку подальшого виробництва у сфері целюлозно-паперової промисловості як необхідної передумови щодо нарощення експортного потенціалу важливого сектору України – лісового. Даний науковець теж констатував важливість вирішення сировинної проблеми для виробництва целюлозно-паперової продукції в Україні, відзначивши її актуальність і для інших країн світу. Вирішення цієї проблеми пов'язане із вирубуванням значної кількості лісів. Тому як альтернативу використанню деревини низка науковців розглядає формування достатніх потужностей у сфері виробництва целюлози, яка є важливою сировиною для виробництва паперової продукції. Актуальність досліджень у сфері забезпечення інноваційного розвитку целюлозно-паперової галузі в Україні, напрями підвищення енергоефективності цієї галузі, типи підприємств у ній та тенденції розвитку протягом 2014–2018 рр., структуру виробництва целюлозно-паперової продукції у світі визначено Колотилом П. В. та Харчуком О. Г. [6]. Скоробогатова Н. Є. та Гурін Д. В. визначили основні фактори, які негативно впливають на формування конкурентоспроможності підприємств целюлозно-паперової промисловості та напрями її підвищення на основі використання основних принципів індустрії 4.0 [7]. Семюк С. Є., Голодюк Г. І., Гургула Н. М. у своїх дослідженнях відмітили застарілість технічного стану целюлозно-паперової промисловості України, її залежність від імпортової сировини, проаналізували виробничі потужності та динаміку розвитку галузі за 2000–2018 рр., обсяги випуску продукції основних виробників за 2017–2018 рр., експортно-імпортні операції досліджуваної галузі [8]. Останні були предметом наукових досліджень також Орловської Ю. В. та Синицького С. О. [9]. Проте фактори макросередовища суттєво впливають на динаміку ринку целюлозно-паперової продукції. Крім того, у наукових публікаціях недостатньо проаналізоване конкурентне середовище на цьому ринку стосовно окремих видів товарів.

Виклад основного матеріалу

На українському ринку целюлозно-паперової продукції функціонує майже 2,6 тис. підприємств, на яких залучено приблизно 40 тис. працівників. Їхній товарний асортимент містить понад 300 найменувань товарів, що реалізуються і на внутрішньому, і на зовнішньому ринках [6, с. 29]. При цьому приблизно 100 підприємств целюлозно-паперової галузі займається виробництвом та переробкою паперу та картону. Щороку целюлозно-паперова промисловість пропонує споживачам продукції у вартісному вираженні на суму понад 5,5 млрд грн. 50 % усіх товарів виробляє 42 найбільших підприємства, які розташовані у різних регіонах України, зокрема у Львівській та Київській, Чернігівській та Житомирській, Дніпропетровській, Одеській та Хмельницькій областях.

В українській целюлозно-паперовій промисловості функціонують такі різновиди підприємств [6, с. 30]:

- целюлозно-паперові, а також картонні комбінати, які характеризуються поєднанням як целюлозних, так і деревомасних заводів сумісно з картонно-паперовими фабриками та які займаються переробленням напівфабрикатів, що ними теж виробляються;
- картонні і паперові заводи, які обробляють целюлозу, що постачається з інших підприємств – целюлозних заводів;
- підприємства, які займаються переробленням паперу та виробляють продукцією з тієї сировини, що їм постачається.

Незначні обсяги виробництва целюлози та деревної маси роблять целюлозно-паперову галузь економіки дуже залежною від імпорту сировини [8, с. 218]. Для вирішення питання сировинного забезпечення розвитку целюлозно-паперової промисловості України необхідно збільшити виробничі потужності для випуску целюлози [2].

Картонно-паперову продукцію низької якості за низькими цінами Україна експортує передусім у африканські та азійські країни. На рис. 1–3 наведено динаміку виробництва, експорту та імпорту основних видів целюлозно-паперової продукції в Україні.

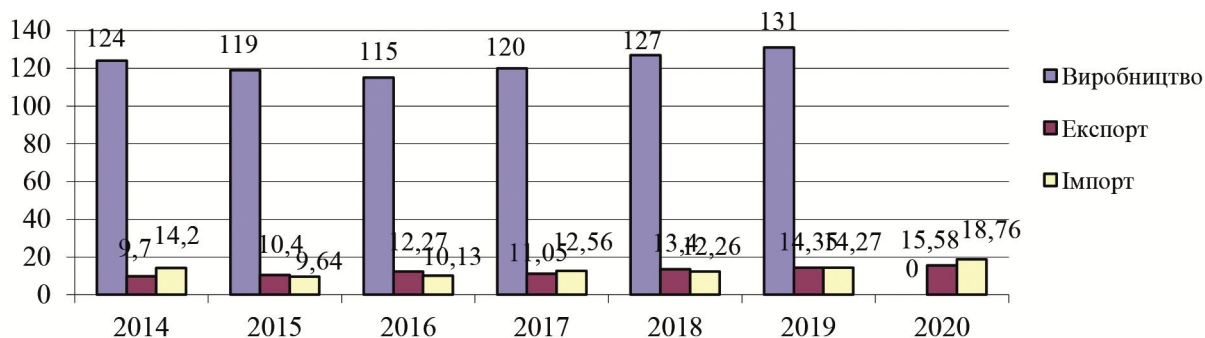


Рис. 1. Папір побутового та санітарно-гігієнічного призначення, тис. т

Джерело: складено на основі [10]

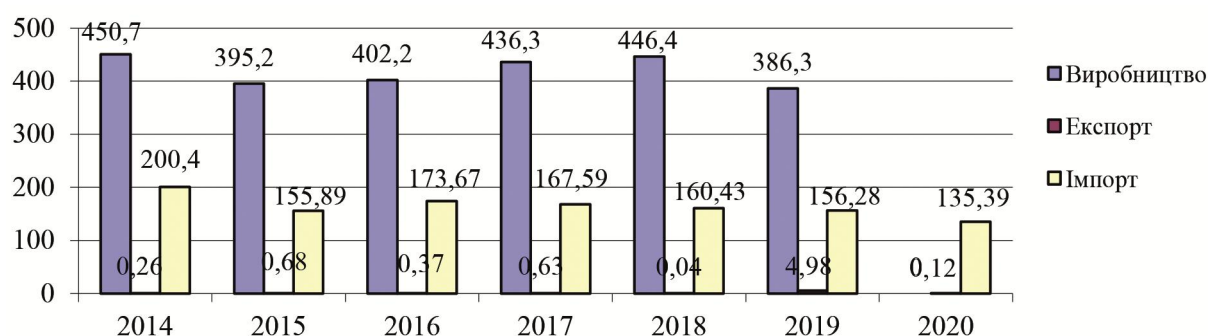


Рис. 2. Папір та картон некрейдовані, тис. т

Джерело: складено на основі [10]

Аналіз рис. 1–3 свідчить, що імпорт паперу та картону некрейдованого значно перевищує експорт, імпорт паперу та картону гофрованого, навпаки, поступаються експорту та становить менше 1 %. Імпорт паперу побутового та санітарно-гігієнічного призначення приблизно рівний експорту, проте можна відзначити його зростання протягом 2020 р.

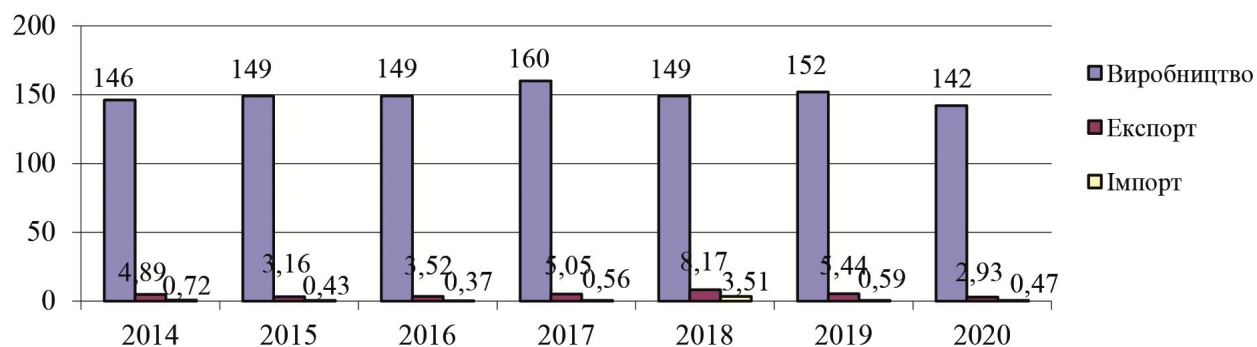


Рис. 3. Папір і картон гофровані, тис. т

Джерело: складено на основі [10]

У табл. 1 наведені індекси виробництва, експорту та імпорту основних видів целюлозно-паперової продукції в Україні до попереднього року.

Таблиця 1

**Індекси виробництва, експорту та імпорту основних видів
целюлозно-паперової продукції в Україні**

Види целюлозно-паперової продукції		2015	2016	2017	2018	2019	2020
Папір побутового та санітарно-гігієнічного призначення	Виробництво	95,97	96,64	104,35	105,83	103,15	-
	Експорт	107,22	117,98	90,06	121,27	107,09	108,57
	Імпорт	67,89	105,08	123,99	97,61	116,39	131,46
Папір та картон некрейдовані	Виробництво	87,69	101,77	108,48	102,31	86,54	-
	Експорт	261,54	54,41	170,27	6,35	1245,0	2,41
	Імпорт	77,79	111,41	96,50	95,73	97,41	86,63
Папір і картон гофровані	Виробництво	102,05	100,00	107,38	93,13	102,01	93,42
	Експорт	64,62	111,39	143,47	161,78	66,59	53,86
	Імпорт	59,72	86,05	151,35	626,79	16,81	79,66

Джерело: складено на основі [10]

Аналізуючи дані табл. 1, можна зробити висновки, що стійку тенденцію до зростання демонструють виробництво та імпорт паперу побутового та санітарно-гігієнічного призначення, а виробництво, експорт та імпорт паперу та картону некрейдованого і гофрованого характеризуються нестабільністю.

Аналіз конкурентного середовища на ринку коробкових картонів України свідчить, що на ньому велику частку у 2020 р. займав ПрАТ «Київський картонно-паперовий комбінат» («ККПК») – 17 % (рис. 4), ще більшою є частка цього виробника на ринку макулатурного крейдованого картону – 44 % (рис. 5).

Значну частку продукції, такої як картон, а також санітарно-гігієнічний і гофрувальний папір в Україні виробляють з макулатури внаслідок дефіциту деревини, частка якої у загальній композиції волокна є більшою за 80 % [2]. Проте у країнах, які розвиваються, активно використовується для виробництва целюлозно-паперової продукції альтернативна сировина з недеревних рослин, до яких належать стебла цукрової тростини та бамбуку, солома тощо [6, с. 30].

Хоча підприємства целюлозно-паперової промисловості і вкладають значні кошти у розвиток заготівлі макулатури в Україні, проте спостерігається її дефіцит [2]. Тому українські виробники мають значні витрати, закупаючи за кордоном паперові відходи та макулатуру. Сумарні потуж-

ності паперово- і картоноробних машин вітчизняних підприємств у розмірі 1 млн. т паперу та картону на рік при повному їх завантаженні, можуть переробити майже 900 тис. т макулатури. Але недосконала система збору вторинної сировини обумовлює той факт, що значні обсяги паперу потрапляють на сміттєзвалища при існуванні великого дефіциту макулатури, яку необхідно імпортувати. Тому сьогодні в Україні для підприємств целюлозно-паперової промисловості стоїть проблема збільшення кількості пунктів приймання макулатури, використання інноваційних технологій з метою перероблення соломи для виробництва паперу.

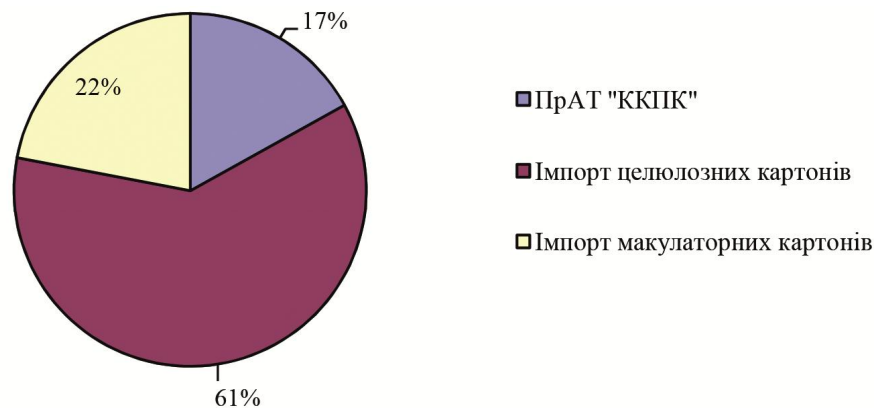


Рис. 4. Розподіл часток ринку коробкових картонів в Україні у 2020 р.

Джерело: [11]



Рис. 5. Розподіл часток ринку макулатурних крейдованих картонів в Україні у 2020 р.

Джерело: [11]

Коронавірус та карантинні обмеження у 2020 р. обумовили збільшення цін на макулатуру у Європі спочатку внаслідок обмеженості її кількості, а надалі – через зростання попиту. Ці ціни зростали і у 2021 р. та не тільки у Європі, але і в Україні, що обумовлює зростання цін на картон.

На українському ринку гофрокартону наявні два основних види виробників даного виду товару, зокрема які характеризуються наявністю повного циклу, що включає у себе усі процеси – від виготовлення тарного картону до виробництва готової гофроупаковки та виробники гофроупаковки з тарного картону, який закуповують.

Загалом в Україні функціонує майже 80 підприємств різного рівня, які виготовляють гофротару таку як ящики, лотки та інші товари. Проте лише 10 підприємств сьогодні пропонують сировину для гофроупаковки. Мова йде про картон тарний, а також папір, призначений для гофрування. До основних виробників гофрокартону належать ПрАТ «ККПК», ПрАТ «Рубіжанський КТК», ТОВ «Основа Папір», ТОВ «Дунапак», ТОВ «Геліус Лтд», ТОВ «Об'єднана картонна компанія», у складі

якої є ТОВ «Луцький КРК», ТОВ «Юг-Картон» (м. Миколаїв), ТОВ «Понінківський КПК». ТОВ «Луцький КРК» пропонує на ринку тестлайнер, з якого у подальшому виробляють гофропродукцію.

Більшість гофрокартону виробляється в Україні 5 виробниками, серед них частка ПрАТ "ККПК" становить 28,4 % (у 2020 р. вона зросла на 0,3 % порівняно з 2019 р.)

Протягом 2020 р. цінова політика виробників на ринку гофропродукції характеризувалася відносною стабільністю. Проте підвищення цін на макулатуру у перспективі призведе до зростання цін на гофротару.

На рис. 6 подано структуру виробництва гофротари в Україні.

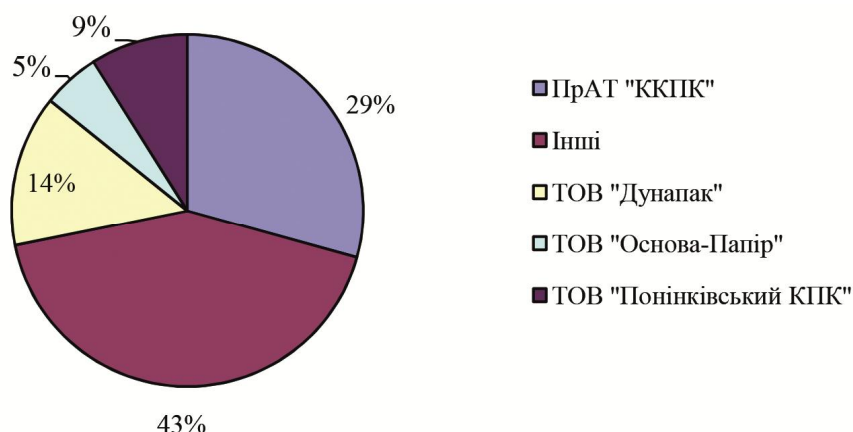


Рис. 6. Структура виробництва гофротари в Україні у 2020 р. за основними виробниками

Джерело: [11]

На ринку гофропродукції останнім часом змінилися тенденції та у попиті спостерігається перехід від простих ящиків до товарів, які характеризуються складною висічкою та високоякісним друком. Зокрема, ПрАТ «ККПК» на ринку у 2020 р. робив акцент на розвитку SRP-упаковки, яка пропонувалася супермаркетам.

Вітчизняний ринок гофротари і гофрокартону розвивається через популярність даного виду упакування, яке характеризується високими амортизаційними і ізолюючими властивостями, є легким і дешевим, легко утилізується, на нього можна наносити різні зображення та інформацію для залучення уваги споживачів до упакованого товару [12]. Найбільш поширеною є тара, що виробляється з гофрокартону та використовується для зберігання та транспортування продуктів харчування. З цією метою використовується майже 75 % усього гофрокартону та усієї гофротари в Україні.

Проведений аналіз українського ринку гофротари і гофрокартону свідчить про певну сезонність щодо попиту окремих груп споживачів товарів. Наприклад, у теплий період року на ринку існує необхідність у більшій кількості ящиків для зберігання прохолодних напоїв, у передсвятковий період зростає потреба у тарі, яка необхідна для зберігання кондитерської продукції та алкоголю. Але існування великої кількості напрямків у сфері використання гофрокартону і гофротари дозволяє на ринку згладити сезонні піки.

На ринку гофротари і гофрокартону України можна виділити наступні тенденції [12]: посилення вимог споживачів до екологічної безпеки товарів та їх упакування; зменшення розмірів упаковки; посилення вимог споживачів щодо наявності віконця для можливості огляду товару у середині упаковки; зростання вимог споживачів до дизайну та зовнішнього вигляду упаковки товару; скорочення величини експорту гофрокартону та гофротари через закриття ринку Росії; збільшення чисельності роздрібних торговельних мереж в Україні; зростання величини попиту на гофротару в Україні.

У межах ринку целюлозно-паперової продукції України функціонує також ринок санітарно-паперової продукції. Його складовими є два підринки – санітарно-гігієнічний папір-основа та пере-

роблений папір-основа у готову продукцію (конвертінг). Папір-основа характеризується двома різновидами – він буває целюлозний і макулатурний. Целюлозний папір-основу на ринку пропонують такі два вітчизняні виробники як ПрАТ «ККПК» та ТОВ «Картонно-паперова компанія» (ТОВ «Львівкартонпласт»), хоча на ринку пропонується і значний обсяг продукції іноземних виробників, які поставляють папір-основу для вітчизняних компаній з метою її конвертінгу. Макулатурний папір в Україні пропонується більшою кількістю підприємств.

Оскільки санітарно-паперова продукція різних виробників є дуже подібною за своїми якісними характеристиками, то їх виробники значні кошти вкладають у її збут та просування. На рис. 7 подано структуру виробництва санітарно-гігієнічного паперу-основи в Україні у 2020 р. за основними виробниками. Найбільша кількість паперу-основи використовується виробниками для його подальшої переробки на туалетний папір, рушники і серветки. Проте 90 % паперу-основи імпортується на ринок України, у 2020 р. сумарна величина його імпорту становила близько 20 тис. т (зростання порівняно з 2019 р. становило лише 0,7 %).

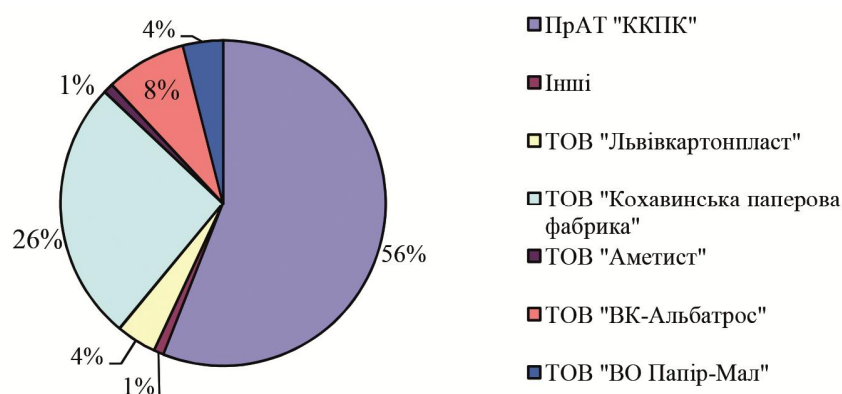


Рис. 7. Структура виробництва санітарно-гігієнічного паперу-основи в Україні у 2020 р. за основними виробниками

Джерело: [12]

Протягом 2020 р. ціни на целюлозний папір-основу знижувалися, але у кінці 2020 р. спостерігалось значне збільшення цін на целюлозу, що призвело і до збільшення ціни на целюлозний папір, яке спостерігалось упродовж 2021 р.

Серед санітарно-гігієнічної продукції перевага виробників надається туалетному паперу (його частка на ринку становить 70 %). Він буває безгільзовим (аналог до паперу "Обухів 65") та гільзовим (характеризується наявністю циліндричної втулки). При цьому ПрАТ "ККПК" із своїм папером "Обухів 65" є лідером у сфері пропозиції безгільзового паперу (частка ринку даного виробника становить 64 %).

Найбільш гостра конкурентна боротьба між вітчизняними та іноземними виробниками існує на ринку гільзової продукції, що включає у себе рушники та туалетний папір. Проте у 2020 р. ПрАТ "ККПК" зберіг позиції лідера і на даному ринку, його частка становила 42 %. На рис. 8 подана структура ринку гільзової продукції України.

На ринку санітарно-гігієнічної продукції виробники пропонують товари як під марками виробників, так і під марками посередників.

Проте для виробників санітарно-гігієнічної продукції виробництво товарів під посередницькими марками є не дуже вигідним, оскільки ціни на такі товари на 20 % є нижчими за ціни товарів, що пропонуються під марками виробників.

У 2021 р. відбувається посилення конкуренції на ринку санітарно-гігієнічної продукції внаслідок зростання чисельності невеликих локальних виробників товарів та внаслідок реалізації інвестиційного проекту одним з виробників даного виду продукції.

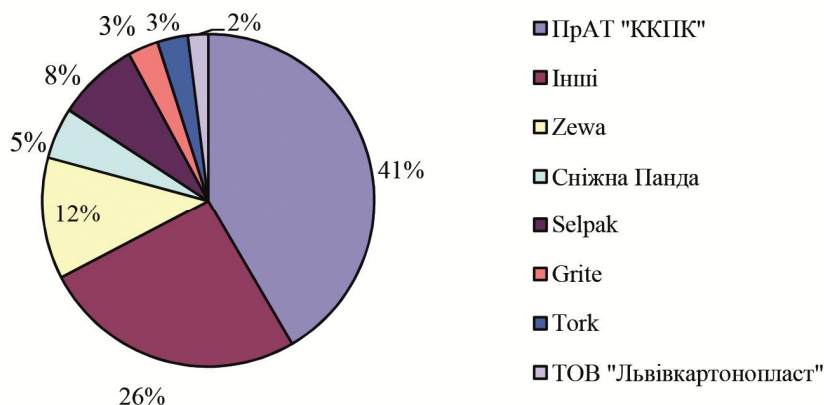


Рис. 8. Структура українського ринку гільзової продукції
Джерело: [11]

Ринок целюлозно-паперової продукції України має значні перспективи для свого подальшого розвитку внаслідок того, що величина споживання паперу та картону на одну особу України – 28,2 кг/рік є на 50–60 % нижчою від середньосвітової величини, що становить 65 кг/рік [6, с. 31]. У деяких країнах світу таких як США, Японія, Канада та країни Західної Європи даний показник перевищує 200 кг/рік. Найбільше споживання паперу та картону на одну особу зафіксоване у таких європейських країнах як Бельгія, Фінляндія, Швеція, Данія, Англія.

До головних завдань розвитку целюлозно-паперової галузі України належить збільшення поставок продукції на експорт, модернізація процесів підприємств-виробників та зниження собівартості продукції.

Проведений аналіз вторинної маркетингової інформації показує, що на ринку целюлозно-паперової продукції України існує значна кількість вільних сегментів, які можуть бути привабливими для потенційних інвесторів [7]. Зокрема, найбільш ефективними напрямками інвестування у даній галузі може бути виробництво таких видів товарів як волоконних напівфабрикатів для виготовлення картонно-паперової продукції з використанням окремих однорічних рослин (зокрема, соломи тощо), друкарських видів паперу, перфорованого паперу для виробництва формулярів, офісного паперу, що використовується у роботі розмножувальної техніки, а також мішкового паперу для упакування.

Посилення конкуренції на ринку целюлозно-паперової продукції змушує їх виробників більше уваги приділяти просуванню своїх товарів, у т. ч. із використанням Інтернету. У межах покращання Інтернет-комунікацій доцільно провести SEO-оптимізацію сайту підприємств для збільшення трафіку та перетворення відвідувачів в клієнтів за допомогою підвищення рангу сайту. Для того, щоб корпоративним сайтом виробників целюлозно-паперової продукції було зручно використовувати, він має швидко завантажуватися і працювати. Можна визначити такі інструменти Інтернет-маркетингу, які доцільно використовувати для підвищення пошукового трафіку виробників целюлозно-паперової продукції [13, с. 131]: Google PageSpeed Insights – для аналізу позитивних та негативних сторін сайту; Pingdom Tools – для аналізу позитивних та негативних сторін сайту та запитів до сервера; Monitis Tools – для визначення швидкості завантаження сайту із будь-якої точки світу; Squirrly – для оптимізації контенту; Google Developers Charts – для аналізу трафіку; Google Analytics – для відстеження інформації про користувачів сайту; Яндекс Метрика – для відстеження інформації про користувачів сайту; Allpositions – для перевірки позицій сайту; SE Ranking – для моніторингу стану сайту; Topvisor – для моніторингу, аналізу та підвищення ефективності пошукового просування; Line.pr-cy – для аналізу позицій сайту; Google WebMaster Tools – для відстеження зовнішніх посилань на сайт, визначення найчастіших посилань; Solomono – для відстеження зовнішніх посилань на сайт; Majestic SEO – для аналізу зовнішніх посилань; Open Site Explorer – для аналізу сайтів; Megaindex – для аналізу зовнішніх посилань.

Також виробникам санітарно-гігієнічної продукції слід створити промосайти для окремих брендів своєї продукції. Такий ресурс може містити 5–10 сторінок та забезпечить донесення максимальної кількості інформації про паперові вироби підприємства до цільових аудиторій. Основними складовими такого сайту є розгорнута інформація про пропоновані товари, візуальні прийоми для утримання фокусу користувачів на перевагах продукції [14]. Для промосайтів велике значення має приділятися якості рекламних текстів, поданих пропозицій для залучення покупців.

Висновки

На українському ринку целюлозно-паперової продукції функціонує майже 2,6 тис. підприємств, із них приблизно 100 підприємств займається виробництвом та переробкою паперу та картону, 50 % продукції виробляють 42 найбільші підприємства, які розташовані у різних регіонах України.

Для вітчизняних підприємств актуальною є проблема дефіциту макулатури, яка виникає через недосконалу систему збору вторинної сировини, при якій значні обсяги паперу потрапляють на сміттєзвалища. Тому сьогодні в Україні підприємствам целюлозно-паперової промисловості необхідно збільшити кількість пунктів приймання макулатури та використовувати інноваційні технології з метою перероблення соломи для виробництва паперу.

Аналіз ринку коробкових картонів України свідчить, що у 2020 р. на ньому велику частку займав ПрАТ "ККПК" – 17 %, ще більшою є його частка на ринку макулатурного крейдованого картону – 44 %. Гостра конкуренція існує на ринку гільзової продукції, що включає у себе рушники та туалетний папір, проте у 2020 р. також зберіг позиції лідера ПрАТ "ККПК", його частка на цьому ринку становила 42 %.

Посилення конкуренції на ринку целюлозно-паперової продукції змушує їх виробників більше уваги приділяти просуванню своїх товарів, у т.ч. із використанням Інтернету. У межах покращання Інтернет-комунікацій доцільно провести SEO-оптимізацію сайту підприємств для збільшення трафіку та перетворення відвідувачів в клієнтів за допомогою підвищення рангу сайту. Також виробникам доцільно створити промосайти для окремих брендів товарів, призначених для кінцевих споживачів, з метою ефективного донесення інформації про паперові вироби підприємства до цільових аудиторій. Для промосайтів значну увагу слід приділяти якості рекламних текстів.

Перспективи подальших досліджень

Подальші дослідження будуть спрямовані на аналіз маркетингової політики основних виробників целюлозно-паперової продукції та розроблення рекомендацій щодо її вдосконалення.

Список використаних джерел

1. Попадинець Н. М. (2011). Ринок целюлозно-паперової промисловості: тенденції, проблеми та напрямки розвитку. *Науковий вісник НЛТУ України*, вип. 21.8. С. 278–284.
2. Тарасенко А. В., Федоренко О. П. (2013). Проблеми та перспективи розвитку підприємств целюлозно-паперової промисловості України. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*, № 4 (70). С. 193–197.
3. Зінченко Д. В., Дунська А. Р. (2014). Проблеми та перспективи розвитку целюлозно-паперової промисловості України в умовах світового ринку. *Актуальні проблеми економіки та управління*, вип. 8. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/14132/1/2014_4_Zynchenko.pdf.
4. Путінцева С. В. (2016). Сучасний стан і проблеми світового та українського ринків целюлозно-паперової продукції. *Вісник ХНТУ*, № 1(56). С. 126–130.
5. Дзюбенко О. М. (2019). Інвестиційно-інноваційне забезпечення целюлозно-паперових виробництв в контексті нарощення експортного потенціалу лісового сектора України: еколого-економічний вимір. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*, № 4, т. 1. С. 280–296. <https://doi.org/10.31359/2312-3427-2019-4-1-280>.

6. Колотило П. В., Харчук О. Г. (2020). Целюлозно-паперова галузь у контексті інноваційного розвитку і виробництва продукції в Україні та за кордоном. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*, № 1. Т. 31 (70). С. 29–35. <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-1-5>.
7. Скоробогатова Н. Є., Гурін Д. В. (2018). Конкурентоспроможність українських підприємств целюлозно-паперової промисловості в умовах індустрії 4.0. *Ефективна економіка*, № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6745>.
8. Семюк С. Є., Голодюк Г. І., Гургула Н. М. (2020). Сучасний стан і проблеми українського ринку целюлозно-паперової продукції. *Товарознавчий вісник*, № 1(13). С. 216–228. <https://doi.org/10.36910/6775-2310-5283-2020-13-18>.
9. Орловська Ю. В., Синицький С. О. (2020). Сучасні трансформації світового ринку целюлозно-паперової продукції. *Економічний простір*, № 163. С. 41–45. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/163-7>.
10. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
11. Офіційний сайт ПрАТ "Київський картонно-паперовий комбінат". URL: <https://www.papir.kiev.ua>.
12. Ринок гофрокартону і гофротари в Україні: папір особливої конструкції для забезпечення надійного захисту. URL : <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-gofrokartona-i-gofrotary-v-ukraine-bumaga-osoboj-konstrukcii-dlya-obespecheniya-nadezhnoj-zashity>.
13. Дрокіна Н. І. (2018). Seo-оптимізація сайту підприємства як інструмент інтернет-маркетингу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*, вип. 19, частина 1. С. 127–132.
14. Створення промосайту. URL : <https://my-master.net.ua>.

References

1. Popadynets N.M. (2011). Rynok tseliulozno-paperovoi promyslovosti: tendentsii, problemy ta napriamky rozvytku [The pulp and paper industry market: tendencies, problems and development directions]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, vol. 21.8, 278–284 (in Ukrainian).
2. Tarasenko A.V., Fedorenko O.P. (2013). Problemy ta perspektyvy rozvytku pidpriemstv tseliulozno-paperovoi promyslovosti Ukrainy [Problems and prospects of the enterprises development of Ukraine pulp and paper industry]. *Visnyk Chernihivskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky*, № 4 (70), 193–197 (in Ukrainian).
3. Zinchenko D. V., Dunska A. R. (2014). Problemy ta perspektyvy rozvytku tseliulozno-paperovoi promyslovosti Ukrainy v umovakh svitovoho rynku [Problems and prospects of pulp and paper industry of Ukraine in the global market]. *Aktualni problemy ekonomiky ta upravlinnia*, vol. 8. Retrieved from: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/14132/1/2014_4_Zynchenko.pdf (in Ukrainian).
4. Putintseva S.V. (2016). Suchasnyi stan i problemy svitovoho ta ukraïnskoho rynkiv tseliulozno-paperovoi produktsii [Present state and problems of ukrainian and world markets of pulp and paper products]. *Visnyk KhNTU*, № 1(56), 126–130 (in Ukrainian).
5. Dziubenko O.M. (2019). Investytsiino-innovatsiine zabezpechennia tseliuloznopaperyvnykh vyrobnytstv v konteksti naroshchennia eksportnoho potentsialu lisovoho sektora Ukrainy: ekoloho-ekonomichni vymir [Investment and innovation support for pulp and paper production in the context of increasing the export potential of the forest sector of Ukraine: ecological and economic dimension]. *Visnyk KhNAU im. V.V. Dokuchaieva. Serii: «Ekonomichni nauky»*, № 4, is. 1, 280–296. Retrieved from: <https://doi.org/10.31359/2312-3427-2019-4-1-280> (in Ukrainian).
6. Kolotylo P.V., Kharchuk O.H. (2020). Tseliulozno-paperova haluz u konteksti innovatsiinoho rozvytku i vyrobnytstva produktii v Ukraini ta za kordonom [Pulp and paper industry in the context of innovative development and production in Ukraine and abroad]. *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho. Serii: Ekonomika i upravlinnia*, № 1. is. 31 (70), 29–35. Retrieved from: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-1-5> (in Ukrainian).
7. Skorobohatova N.Ie., Hurin, D.V. (2018), Konkurentospromozhnist ukraïnskyykh pidpriemstv tseliulozno-paperovoi promyslovosti v umovakh industrii 4.0 [Competitiveness of Ukrainian enterprises of pulp and paper industry in the conditions of Industry 4.0]. *Efektivna ekonomika*, № 12. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6745> (in Ukrainian).

8. Semiuk S.Ye., Holodiuk H.I., Hurhula N.M. (2020). Suchasnyi stan i problemy ukrainskoho rynku tseliulozno-paperovoi produktsii [Current situation and problems of the ukrainian pulp and paper market]. *Tovarnoznavchyi visnyk*, №1(13), 216–228. Retrieved from: <https://doi.org/10.36910/6775-2310-5283-2020-13-18> (in Ukrainian).
9. Orlovska Y.V., Synyskyi S.O. (2020). Suchasni transformatsii svitovoho rynku tseliulozno-paperovoi produktsii [Modern transformations of the world market of pulp and paper products]. *Ekonomichnyi prostir*, № 163, 41–45. Retrieved from: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/163-7>.
10. Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy (2021) [Official website State Statistics Service of Ukraine]. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> (in Ukrainian).
11. Ofitsiyni sait PrAT «Kyivskyi kartonno-paperovyi kombinat» (2021) [Official website PJSC "Kyiv Cardboard and Paper Mill"]. Retrieved from: <https://www.papir.kiev.ua> (in Ukrainian).
12. Pro-consulting (2021). Rynok hofrokartonu i hofrotary v Ukraini: papir osoblyvoi konstrukttsii dlia zabezpechennia nadiinoho zakhystu [Corrugated cardboard and corrugated packaging market in Ukraine: paper of special design to ensure reliable protection]. Retrieved from: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-gofrokartona-i-gofrotary-v-ukraine-bumaga-osoboj-konstrukcii-dlya-obespecheniya-nadezhnoy-zashity> (in Ukrainian).
13. Drokina N. I. (2018). Seo-optymizatsiia сайту pidpriemstva yak instrument internet-marketynhu [Seo-optimization of the enterprise site as an internet marketing tool]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, vol. 19, is 1, 127–132 (in Ukrainian).
14. My-master (2021). Stvorennia promo-saitu [Creating a promotional site]. Retrieved from: <https://my-master.net.ua> (in Ukrainian).

N. Ye. Kuzo, N. S. Kosar, M. V. Tarasenko
Lviv Polytechnic National University

DEVELOPMENT TRENDS AND COMPETITIVE MARKET STRUCTURE OF PULP AND PAPER PRODUCTS IN UKRAINE

© Kuzo N. Ye., Kosar N. S., Tarasenko M. V., 2022

Options of use of cardboard and paper packaging for goods and meeting the population's needs in hygiene products depends on the development of the pulp and paper products market.

It is established that there are more than 2,5 thousand enterprises in the Ukrainian market of pulp and paper products yet 50 % of all products are produced by the 42 largest enterprises. The analysis of statistical data shows that the import of uncoated paper and cardboard significantly exceeds the export. The import of corrugated paper and cardboard, on the contrary, is lower than the export and is less than 1 %. Imports of household and sanitary paper are approximately equal to exports, but we can note its growth during 2020. Insignificant production of domestic pulp and wood pulp makes the Ukrainian pulp and paper industry very dependent on imports of raw materials. During 2015–2020, the production and import of household and sanitary paper show a steady upward trend, and the production, export, and import of uncoated and corrugated paper and cardboard are characterized by instability.

Therefore, Ukrainian pulp and paper industry enterprises need to increase the number of waste collection points and to use innovative technologies to process straw for paper production. Coronavirus and quarantine restrictions in 2020 led to an increase in waste paper prices in Europe, first due to limited quantities and then due to growing demand. These prices increased in 2021 and not only in Europe but also in Ukraine, which causes rising prices for pulp and paper products.

Analysis of the box cardboard market in Ukraine shows that in 2020 it was occupied by a large share of PJSC «KKPK» – 17 %, its share in the market of recycled coated cardboard is even greater – 44 %. There is strong competition in the market of liner products, which includes towels and toilet paper, but in 2020 it also retained the position of the leader of PJSC «KKPK», its share in this market was 42 %.

Increased competition in the market of pulp and paper products forces its producers to pay more attention to the promotion of their products, including using the Internet. As part of the improvement of Internet communications, it is advisable to conduct SEO of the enterprise's website in

order to increase traffic and convert visitors into customers by increasing the rank of the website. It is also advisable for manufacturers to create promotional websites for individual brands of their products in order to disseminate information about the company's paper products to target audiences. For promotional websites, considerable attention should be paid to the quality of advertising texts.

Key words: market of pulp and paper products, paper and cardboard packaging, liner products, product promotion, SEO, promotional websites for brands.