

УДК 630\*6:658.8:502.3:504.06.

<sup>1</sup> А.В. Мурин

<sup>1</sup> Національний лісотехнічний університет України, Львів, Україна, ORCID 0009-0009-6971-2691;

**ІНТЕГРАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ У ВИРІШЕННЯ  
УПРАВЛІНСЬКИХ ТА ЕКОЛОГІЧНИХ ВИКЛИКІВ ЛІСОВОГО СЕКТОРУ:  
ПРИКЛАДИ УСПІШНИХ ІНІЦІАТИВ.**

**Анотація** - у сучасному світі лісовий сектор стикається з численними викликами, включаючи екологічні проблеми, управлінську неефективність та потребу в сталому розвитку. Інтеграція маркетингових стратегій у цей процес може стати важливим інструментом для забезпечення більш ефективного управління ресурсами та підвищення свідомості суспільства. У даній тезі розглядаються приклади успішних ініціатив, які демонструють, як маркетингові підходи можуть сприяти вирішенню управлінських та екологічних проблем у лісовій галузі.

**Ключові слова** - лісовий сектор, маркетингові стратегії, сталий розвиток, управлінські рішення, екологічний маркетинг.

Лісовий сектор є важливим елементом економіки та екосистеми, однак стикається з серйозними викликами. Вирубка лісів, зниження біорізноманіття та вплив зміни клімату вимагають нових підходів до управління. Інтеграція маркетингових стратегій може допомогти адаптуватися до цих викликів, сприяючи сталому розвитку та покращенню управлінських практик.

Маркетингові стратегії можуть бути використані для підвищення обізнаності про важливість лісових ресурсів. Наприклад, кампанії з просування екологічних продуктів, таких як сертифіковане дерево, сприяють сталому споживанню. Використання соціальних медіа та освітніх програм також може підвищити рівень свідомості суспільства щодо екологічних питань.

Управлінські та екологічні виклики лісового сектору України вимагають комплексного підходу, який може включати різноманітні маркетингові стратегії. Застосування міжнародних практик якісно відображає доцільність застосування інтеграції стратегій, які структурно включають у себе маркетинг.

Один із яскравих прикладів — ініціатива FSC (Forest Stewardship Council), яка пропагує відповідальне управління лісами через сертифікацію продукції. Це не лише підвищує довіру споживачів, але й сприяє збереженню лісових ресурсів. Інший приклад —

кампанії з відновлення лісів, що поєднують місцеві громади та бізнеси, стимулюючи економічний розвиток і збереження природних ресурсів.

**Прогнозні ефекти для України:**

- Підвищення довіри споживачів до продукції з України.
- Збільшення експорту сертифікованої деревини.
- Позитивний вплив на збереження біорізноманіття.

Слід зазначити також про інноваційну практику використання аукціонів для торгівлі деревиною. Канада активно використовує онлайн-платформи для торгівлі деревиною, що значно підвищує прозорість і ефективність у цьому секторі. Канадські провінції, такі як Британська Колумбія та Альберта, впроваджують онлайн-аукціони для продажу деревини. Ці платформи дозволяють покупцям брати участь у торгах в режимі реального часу, що забезпечує конкурентні ціни та доступ до різноманітних ресурсів. Онлайн-платформи забезпечують відкритий доступ до інформації про обсяги, ціни та умови торгівлі. Це допомагає знизити ризик корупції і маніпуляцій, адже всі учасники мають доступ до однакової інформації. Використання цифрових інструментів дозволяє ефективно моніторити обсяги та походження деревини. Це важливо для дотримання екологічних стандартів і сертифікацій, таких як FSC (Forest Stewardship Council). Онлайн-системи автоматично генерують звіти, що полегшує контроль за виконанням норм. Онлайн-платформи сприяють швидкому обміну інформацією між лісозаготівельними компаніями, покупцями та державними органами. Це підвищує координацію в управлінні ресурсами і прискорює процеси ухвалення рішень. Цифрові інструменти дозволяють малим і середнім підприємствам виходити на міжнародні ринки, зменшуючи бар'єри для входу. Вони можуть легко знайти покупців та партнерів за межами країни, що розширює їхні можливості. Канада використовує онлайн-платформи для просування екологічно чистих практик. Це включає сертифікацію продуктів, що дозволяє споживачам робити усвідомлений вибір.

**Прогнозні ефекти для України:**

- Зниження витрат на управління ланцюгами постачання.
- Поліпшення доступу малих виробників до ринків.
- Зменшення корупційних ризиків через прозорість.

Актуально важливим прикладом успішної практики інтеграції маркетингу відображено у США. Компанії активно використовують соціальні медіа для просування

сталого лісівництва та екологічних ініціатив, реалізуючи різноманітні стратегії. Багато компаній створюють контент, який пояснює важливість сталого лісівництва. Вони публікують інфографіку, статті та відео, що розповідають про методи екологічно чистого управління лісами, переваги сертифікації (наприклад, FSC) та значення біорізноманіття.

Соціальні медіа дозволяють компаніям активно взаємодіяти з споживачами, задавати питання та отримувати зворотний зв'язок. Це створює спільноту однодумців, яка підтримує екологічні ініціативи. Компанії часто проводять опитування або конкурси, заохочуючи людей ділитися своїми думками про сталі практики.

Платформи, як Instagram і Pinterest, є ідеальними для публікації візуального контенту. Компанії діляться фотографіями лісів, процесів лісозаготівлі, відновлення лісів і позитивного впливу на екосистему. Це допомагає залучати увагу та викликати емоційний відгук у аудиторії. Багато компаній співпрацюють з блогерами та інфлюенсерами, які мають значний вплив на своїх підписників. Такі колаборації дозволяють донести ідеї сталого лісівництва до нових аудиторій, використовуючи перевірені канали комунікації. Компанії використовують соціальні медіа для реклами своїх ініціатив, таких як відновлення лісів, програми озеленення та освітні кампанії. Вони також звітують про свої досягнення, що створює позитивний імідж і залучає нових клієнтів. Соціальні медіа використовуються для висвітлення проектів, які підтримують місцеві громади, зокрема програми, що пропагують сталий розвиток. Це підвищує обізнаність про важливість місцевих ініціатив і формує лояльність до бренду. Компанії активно закликають своїх підписників долучатися до екологічних акцій, таких як висадка дерев або прибирання територій. Це стимулює участь та підвищує обізнаність про важливість збереження лісів. Соціальні медіа стали потужним інструментом для просування сталого лісівництва в США. Завдяки креативному контенту, активній взаємодії з аудиторією та підтримці екологічних ініціатив, компанії можуть ефективно підвищувати обізнаність та залучати більше людей до охорони природи.

#### **Прогнозні ефекти для України:**

- Залучення нових споживачів через інформаційні кампанії.
- Підвищення рівня обізнаності про екологічні питання.
- Формування спільноти навколо сталого використання лісових ресурсів.

Попри успіхи, існують виклики у впровадженні маркетингових стратегій у лісовий сектор. Вони включають недостатню обізнаність підприємств про можливості маркетингу,

а також складнощі в оцінці ефективності таких кампаній. Потреба у навчанні та ресурсах залишається важливим аспектом для подальшого розвитку.

**Висновок.** Інтеграція маркетингових стратегій у лісовий сектор є необхідною для вирішення управлінських та екологічних викликів. Успішні ініціативи демонструють потенціал таких стратегій у просуванні сталого розвитку та збереженні природних ресурсів. У майбутньому важливо продовжувати розвиток і підтримку маркетингових підходів, що сприятимуть формуванню відповідального ставлення до лісових ресурсів та екосистем.

#### **Список використаних джерел**

1. [FAO. \(2020\). \*The State of the World's Forests 2020\*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.](#)
2. [Schaltegger, S., & Burritt, R. \(2010\). \*Sustainability Accounting for Managers: Sustainability in a Business Context\*. Wiley.](#)
3. [Garrone, P., & Melacini, M. \(2018\). Innovation and Marketing Strategies in the Forest Sector: The Case of Green Marketing. \*Forest Policy and Economics\*, 90, 59-68.](#)
4. [Bennett, A. F. \(2004\). \*The Role of Marketing in Environmental Management\*. \*Journal of Environmental Management\*, 70\(4\), 395-402.](#)
5. [Kotler, P., & Keller, K. L. \(2016\). \*Marketing Management\*. Pearson.](#)