

*Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2024. № 7.*

**DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.7.89>**

**УДК: 339.138**

*I. Ю. Тарасов,*

*к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом,*

*Державний біотехнологічний університет*

*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6086-1983>*

*В. О. Іващенко,*

*аспірант кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом, Державний біотехнологічний університет*

*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1531-8057>*

## **МАРКЕТИНГОВА СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ДЕРЕВООБРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

*I. Tarasov,*

*PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Reputation and Customer Experience Management,*

*State Biotechnological University*

*V. Ivashchenko,*

*Postgraduate student of the Department of Marketing, Reputation and Customer Experience Management,*

*State Biotechnological University*

## **MARKETING COMPONENT OF WOODWORKING INDUSTRY ENTERPRISES POTENTIAL FORMATION**

*Предметом дослідження є теоретико-методологічні засади формування потенціалу підприємств деревообробної промисловості. Метою дослідження є визначення особливостей процесу формування потенціалу підприємств деревообробної промисловості, аналіз факторів, що на нього впливають, а також ключових аспектів маркетингової складової даного процесу.*

*Методологічною основою дослідження є сукупність загальнонаукових та спеціальних методів дослідження: індукція і дедукція, аналіз і синтез, економіко-статистичний та абстрактно-логічний методи, монографічний метод.*

*Дана стаття присвячена аналізу процесу формування потенціалу підприємств деревообробної промисловості в Україні. Досліджено ключові аспекти, які визначають конкурентоспроможність та стійкість цього сегмента економіки. Особлива увага приділяється ефективності маркетингових стратегій у підвищенні продажів та розширенні ринкових позицій на внутрішньому та міжнародному рівнях. Стаття висвітлює поточний стан та виклики, що стоять перед деревообробною промисловістю України, а також визначає напрямки подальших досліджень та стратегічні рекомендації для підвищення її конкурентоспроможності і стійкості у міжнародному економічному середовищі.*

*The article is devoted to the analysis of the process of forming the potential of woodworking enterprises in Ukraine. The key aspects that determine the competitiveness and sustainability of this segment of the economy are investigated. Particular attention is paid to the effectiveness of marketing strategies in increasing sales and expanding market positions at the domestic and international levels. The current state and problems of the woodworking industry in Ukraine are highlighted, as well as directions for further research and strategic recommendations for improving its competitiveness and sustainability in the international economic environment are identified.*

*Building the capacity of woodworking enterprises is a complex process that includes a number of features. Woodworking enterprises depend on the availability and quality of raw materials, including wood. The optimal use of forest resources and the efficiency of their processing are critical factors for capacity building. The use of modern technologies in production allows companies to increase productivity, improve product quality, and reduce their environmental impact. Innovations include the introduction of automated systems and the use of the latest materials and processing technologies. An effective marketing strategy allows businesses to attract new customers and expand their market position. This includes brand development, targeted advertising, participation in exhibitions and fairs, and the use of online marketing. An efficient logistics system allows companies to optimize the supply of raw materials, production, and delivery of finished products to the consumer. This includes choosing the best transportation routes, warehouse management, and customer service. Highly skilled and motivated employees are a key resource for the success of woodworking companies. Capacity building includes human resource development, staff training, motivation and team building. Government support, including financing, tax incentives, regulation and other business support instruments, is important to stimulate the development and maintain the competitiveness of enterprises.*

*Therefore, building the capacity of the woodworking industry includes a comprehensive approach to managing resources, production processes and interaction with markets in order to achieve sustainable development and competitiveness.*

***Ключові слова:*** *деревообробна промисловість, потенціал підприємства, конкурентоспроможність, маркетингова складова.*

***Keywords:*** *woodworking industry, enterprise potential, competitiveness, marketing component.*

*Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.* Формування потенціалу підприємств деревообробної промисловості є ключовим фактором для їх довгострокової стабільності та зростання. У сучасних умовах глобалізації та конкуренції, ефективний маркетинг стає визначальним елементом у створенні стійкої конкурентної переваги для підприємств деревообробної галузі. Проблема полягає в необхідності розробки та впровадження маркетингових стратегій, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності та розвитку потенціалу цих підприємств.

На нашу думку, до основних наукових завдань даної тематики можна віднести наступні. По-перше, це аналіз глобальних та локальних ринків деревообробної промисловості для виявлення ключових трендів та потреб споживачів. По-друге, - розробка теоретичних моделей та методик для створення ефективних маркетингових стратегій, спрямованих на покращення позицій підприємств на ринку. По-третє, - вивчення впливу інноваційних маркетингових інструментів та технологій (наприклад, цифрового маркетингу, інтернет-маркетингу) на розвиток потенціалу підприємств.

Щодо практичних завдань, то тут слід виділити наступні: реалізація маркетингових стратегій, що дозволять підприємствам швидко адаптуватися до змін ринкових умов та випереджати конкурентів; використання маркетингових інструментів для розширення клієнтської бази та утримання існуючих клієнтів, а також розробка та впровадження заходів з покращення бренду підприємства деревообробної галузі та його репутації на ринку.

Отже, наукові дослідження в галузі маркетингу дозволяють створювати нові технології, що можуть бути використані для вдосконалення маркетингових стратегій у деревообробній промисловості, які включають вивчення поведінки споживачів, аналіз конкурентного середовища, дослідження ефективності різних маркетингових інструментів та моделей. Практичне впровадження результатів наукових досліджень дозволить підприємствам деревообробної галузі ефективно використовувати свої ресурси, залучати нових клієнтів,

покращувати свою репутацію та збільшувати обсяги продажів. Це, в свою чергу, сприятиме загальному економічному зростанню та стабільності галузі.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що дослідження маркетингової складової формування потенціалу підприємств деревообробної промисловості є критично важливим як для теоретичних досліджень, так і для практичного застосування для забезпечення стійкого зростання та конкурентоспроможності галузі на сучасному ринку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Поняття потенціалу розвитку підприємств деревообробної промисловості є об'єктом дослідження багатьох вітчизняних науковців, таких як Барський Ю., Іщук С. О., Коваль Л. П., Ляховська О. В., Макогон Ю. В., Мартиненко О. В., Невар О. В., Павліха Н., Созанський Л. Й., Уніга О. та інших. Однак, дана проблематика має ряд дискусійних моментів, особливо у контексті маркетингової складової формування потенціалу підприємств деревообробної промисловості.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Завданням даного дослідження є аналіз сучасного стану деревообробної промисловості та розробка ефективних маркетингових стратегій для її розвитку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Формування потенціалу підприємств деревообробної промисловості є складним процесом, який включає ряд особливостей [1, 4, 5]:

1. Сировинний потенціал. Деревообробні підприємства залежать від наявності і якості сировини, такої як деревина. Оптимальне використання лісових ресурсів і ефективність їхньої переробки є критичними факторами для формування потенціалу.

2. Технологічні інновації. Використання сучасних технологій у виробництві дозволяє підприємствам збільшувати продуктивність, поліпшувати якість продукції та зменшувати вплив на навколишнє середовище. Інновації включають в себе впровадження автоматизованих систем, використання новітніх матеріалів і технологій обробки.

3. Маркетинг і продажі. Ефективна маркетингова стратегія дозволяє підприємствам залучати нових клієнтів і розширювати ринкові позиції. Це включає розробку бренду, цільову рекламу, участь у виставках та ярмарках, а також використання інтернет-маркетингу.

4. Логістика і дистрибуція. Ефективна система логістики дозволяє підприємствам оптимізувати постачання сировини, виробництво і доставку готової продукції до споживача. Це включає в себе вибір оптимальних транспортних маршрутів, складське управління і обслуговування клієнтів.

5. Кадровий потенціал. Висококваліфіковані та мотивовані співробітники є ключовим ресурсом для успіху підприємств деревообробної промисловості. Формування потенціалу включає розвиток людських ресурсів, навчання персоналу, мотивацію та створення командного духу.

6. Інституційна підтримка. Підтримка з боку держави, включаючи фінансування, податкові пільги, регулювання та інші інструменти підтримки підприємництва, є важливою для стимулювання розвитку та збереження конкурентоспроможності підприємств.

Отже, формування потенціалу деревообробної промисловості включає в себе комплексний підхід до управління ресурсами, процесами виробництва і взаємодії з ринками з метою досягнення сталого розвитку та конкурентоспроможності.

Аналіз ринку деревообробної промисловості є критично важливим етапом для розуміння поточних тенденцій, виявлення потреб споживачів і розробки стратегій для підвищення конкурентоспроможності підприємств. Дослідження ринку включає як глобальний, так і локальний аспекти, що дозволяє отримати цілісну картину стану галузі.

Глобальний аналіз ринку деревообробної промисловості включає в себе наступні ключові аспекти [2, 6, 8]:

1. Тенденції розвитку. Глобальний ринок деревообробної промисловості характеризується зростанням попиту на екологічно чисті матеріали та

продукцію з дерева. Зростає інтерес до відновлюваних джерел та екологічно відповідального виробництва.

2. Технологічні інновації. Впровадження новітніх технологій, таких як автоматизація виробничих процесів, використання штучного інтелекту та цифрових технологій, сприяє підвищенню ефективності та зниженню витрат.

3. Географічна диверсифікація. Важливим аспектом є розширення ринків збуту в різних регіонах світу, зокрема в країнах, що розвиваються, де спостерігається підвищений попит на будівельні матеріали та меблі.

4. Екологічні та регуляторні вимоги. Підвищення вимог до екологічної відповідальності та дотримання стандартів стійкості змушує підприємства адаптувати свої виробничі процеси та продукцію до нових регламентів.

Щодо локального аналізу ринку деревообробної промисловості, то тут можна виділити наступні основні складові [3, 8]:

1. Попит на продукцію. Вивчення потреб локального ринку дозволяє визначити найбільш затребувані види продукції, такі як будівельні матеріали, меблі, декоративні елементи та інші вироби з дерева. Аналіз споживчої поведінки та уподобань допомагає визначити тренди на місцевому рівні.

2. Конкурентне середовище. Оцінка конкурентного середовища на локальному ринку дозволяє виявити основних гравців, їхні сильні та слабкі сторони, а також визначити можливості для покращення конкурентних позицій власного підприємства.

3. Локальну регуляторну політику та стандарти. Врахування місцевих регуляторних вимог та стандартів є важливим для забезпечення відповідності продукції та виробничих процесів місцевим нормативам.

4. Співпраця з місцевими постачальниками та партнерами. Встановлення партнерських відносин з місцевими постачальниками та підприємствами сприяє зниженню логістичних витрат та підвищенню гнучкості у задоволенні потреб споживачів.

Розподіл ринку на сегменти дозволяє більш точно визначити цільові аудиторії та розробити персоналізовані маркетингові стратегії. Важливо

враховувати такі фактори, як вік, дохід, географічне розташування та споживчі вподобання. Виявлення потреб споживачів допомагає орієнтувати виробництво та маркетинг на задоволення конкретних вимог та очікувань клієнтів. Особлива увага приділяється екологічним аспектам, якості продукції та інноваційним рішенням. Аналіз трендів у споживанні, таких як зростання попиту на екологічно чисту продукцію, індивідуалізацію та кастомізацію виробів, дозволяє підприємствам адаптувати свої пропозиції до змін ринкових умов.

Отже, аналіз глобальних та локальних ринків деревообробної промисловості є важливим для виявлення ключових трендів та потреб споживачів. Це дозволяє підприємствам даної галузі розробляти ефективні маркетингові стратегії, що сприятимуть їхньому сталому розвитку та підвищенню конкурентоспроможності.

Деревообробна промисловість України є стратегічно важливим і експортноорієнтованим сегментом економіки, що має великий потенціал для розвитку. Українські деревообробні підприємства виробляють понад три тисячі найменувань товарів, які продаються як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Їх діяльність на внутрішньому ринку тісно пов'язана з різними секторами економіки, зокрема з харчовою та меблевою промисловістю, оптовою і роздрібною торгівлею, державним управлінням, обороною і будівництвом. Ця взаємодія створює потужні синергетичні ефекти, які сприяють розвитку виробничих ланцюгів, удосконаленню транспортно-логістичних схем і посиленню міжсекторальної та міжрегіональної співпраці [6].

Хоча Україна має значний сировинний потенціал для розвитку деревообробної промисловості, він використовується не повністю через низку бар'єрів. Основні проблеми включають недосконале конкурентне середовище і відсутність прозорих механізмів реалізації сировини для вітчизняних підприємств. Крім того, відсутність стратегічного бачення розвитку галузі призводить до орієнтації на короткострокову вигоду і небажання впроваджувати інновації у виробництво.

Для подолання цих викликів необхідно забезпечити ефективну комунікацію між владою, наукою і бізнесом. Формування державних стратегічних програм розвитку деревообробної промисловості повинно базуватися на глибоких аналітичних дослідженнях тенденцій ринку і науково обґрунтованих рекомендаціях щодо максимально ефективного використання сировинного та економічного потенціалу країни. Важливе місце у цьому процесі займає саме маркетингова складова [7].

Для підвищення потенціалу підприємств деревообробної промисловості необхідно розробити ефективні маркетингові стратегії, які базуються на теоретичних моделях та методиках. Нижче наведемо основні етапи цього процесу.

Теоретичні моделі маркетингових стратегій:

1. STP-модель (Segmentation, Targeting, Positioning), яка включає в себе:

- сегментацію ринку (визначення різних груп споживачів на основі демографічних, психографічних, поведінкових та географічних характеристик);
- цільове позиціонування (вибір найбільш перспективних сегментів, на які будуть спрямовані маркетингові зусилля);
- позиціонування продукту (розробка унікальної торгової пропозиції (USP) для кожного цільового сегменту, що підкреслює унікальні переваги продукту).

2. Модель 4P (Product, Price, Place, Promotion), яка охоплює:

- продукт (Product) – розробку і вдосконалення продукту відповідно до потреб цільових сегментів ринку;
- ціну (Price) – встановлення цінової політики, яка відповідає цінності продукту для споживача та конкурентному середовищу;
- місце (Place) – вибір каналів дистрибуції, які забезпечують ефективне досягнення цільових споживачів;
- просування (Promotion) – розробку та впровадження рекламних і промоційних заходів, спрямованих на підвищення обізнаності про продукт і стимулювання його продажів.

До методик розробки маркетингових стратегій відносяться:

1. SWOT-аналіз. Оцінка сильних і слабких сторін підприємства, а також можливостей та загроз, що виникають у зовнішньому середовищі, а також визначення стратегічних напрямків для зміцнення сильних сторін і мінімізації впливу слабких сторін.

2. PESTEL-аналіз. Аналіз політичних, економічних, соціальних, технологічних, екологічних та правових факторів, що впливають на ринок. Врахування цих факторів при розробці маркетингових стратегій для забезпечення їхньої адаптивності до змін зовнішнього середовища.

3. Аналіз конкурентного середовища:

- вивчення основних конкурентів, їхніх стратегій та ринкових позицій;
- визначення конкурентних переваг і розробка стратегій для їх ефективного використання.

4. Створення карти подорожі клієнта (Customer Journey Mapping):

- вивчення шляхів споживачів від усвідомлення потреби до здійснення покупки та післяпродажного обслуговування;
- оптимізація взаємодії з клієнтами на кожному етапі їхнього шляху для підвищення задоволеності та лояльності.

Впровадження маркетингових стратегій для формування потенціалу підприємств деревообробної промисловості можуть здійснюватися завдяки:

1. Використання інструментів цифрового маркетингу, таких як соціальні мережі, контент-маркетинг, SEO, PPC, для залучення цільової аудиторії та підвищення впізнаваності бренду.

2. Впровадження інноваційних технологій для поліпшення продукту, оптимізації виробничих процесів і підвищення ефективності маркетингових кампаній.

3. Розвитку партнерських відносин з іншими підприємствами, постачальниками, дистриб'юторами та науковими установами для створення синергетичних ефектів і спільного розвитку.

4. Постійному моніторингу ринкових умов та результатів маркетингових заходів, а також оцінці ефективності стратегій за допомогою ключових показників (KPI) та внесення коректив для їхнього вдосконалення.

Отже, розробка та впровадження теоретичних моделей і методик для створення ефективних маркетингових стратегій сприятиме покращенню позицій підприємств деревообробної промисловості на ринку, підвищенню їхньої конкурентоспроможності та забезпеченню сталого розвитку галузі.

#### ***Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі.***

Враховуючи сучасні тенденції у виробництві та споживанні, ключовим є впровадження новітніх технологій і технік, що дозволить підприємствам деревообробної промисловості підвищувати ефективність та конкурентоспроможність. Для забезпечення стабільного росту і підвищення якості продукції важливим є подальше вдосконалення технологічних процесів і впровадження систем управління якістю. Розробка ефективних маркетингових стратегій та просування продукції на міжнародних ринках є ключовими аспектами для збільшення експортного потенціалу українських деревообробних підприємств. Важливими є також інвестиції у розвиток кадрового потенціалу, включаючи підвищення кваліфікації та мотивації працівників, що сприятиме створенню сприятливої робочої атмосфери і підвищенню продуктивності. Державна підтримка у формі стимулювання інновацій, зниження податкових тягарів та сприяння відкритому доступу до ресурсів є важливими для сталого розвитку деревообробної промисловості. У подальших розвідках планується дослідження впливу цифровізації та інноваційних технологій на підприємства деревообробної промисловості, а також аналіз міжнародного досвіду у цій галузі для впровадження найкращих практик.

#### **Література**

1. Кривда О. В., Очеретяна О. В. Аналіз та методика управління ризиками на підприємствах деревообробної промисловості. *Східна Європа: економіка,*

*бізнес та управління*. 2020. Вип. 2 (25). С. 235-240. DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.25-34>.

2. Макогон Ю. В., Мартиненко О. В. Європейський досвід та українські перспективи розвитку експортного потенціалу підприємств деревообробної галузі України. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи*. 2020. С. 134-135.

3. Мартиненко О. В. Організаційно-економічне забезпечення реалізації експортного потенціалу деревообробних підприємств України. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2022. №23. С. 133-141.

4. Невар О. В. Особливості розвитку деревообробної промисловості в Україні та її регіонах. *Науковий вісник ЛНУВМБ імені С.З. Гжицького. Серія «Економічні науки»*. 2022. Т. 24. № 100. С. 33-39.

5. Павліха Н., Барський Ю., Уніга О. Конкурентоспроможність деревообробної промисловості України за умов високої міграційної активності населення. *Економіка та суспільство*. 2024. №60. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-82>.

6. Переробна промисловість регіонів України: проблеми та перспективи розвитку : монографія; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України»; наук. редактор д.е.н., проф. С. О. Іщук. Львів. 2020. 341 с. С. 113-148.

7. Сахарнацька Л. І., Кочут Р. А. Особливості розвитку деревообробної промисловості в умовах воєнного стану. *Збалансоване природокористування*. 2023. №3. С. 59-67.

8. Федорчук С. Сутність та особливості підприємницької діяльності в деревообробній промисловості. *Development Service Industry Management*. 2024. С. 35-39. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-6\(6\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-6(6)).

## References

1. Kryvda, O.V. and Ocheretyana, O.V. (2020), “Analysis and methods of risk management at enterprises of the woodworking industry”, *Skhidna Yevropa*:

ekonomika, biznes ta upravlinnya, vol. 2 (25), pp. 235-240. DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.25-34>.

2. Makohon, Yu.V. and Martynenko, O.V. (2020), “European experience and Ukrainian prospects for the development of the export potential of enterprises in the woodworking industry of Ukraine”, *Biznes, innovatsii, menedzhment: problemy ta perspektyvy*, pp. 134-135.

3. Martynenko, O.V. (2022), “Organizational and economic support for realizing the export potential of woodworking enterprises of Ukraine”, *Ekonomichnyj visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu Ukrainy «Kyivs'kyj politekhnichnyj instytut»*, vol. 23, pp. 133-141.

4. Nevar, O.V. (2022), “Features of the development of the woodworking industry in Ukraine and its regions”, *Naukovyj visnyk LNUVMB imeni S.Z. Gzhyts'koho. Serii «Ekonomichni nauky»*, vol. 24, no. 100, pp. 33-39.

5. Pavlikha, N. Bars'kyj, Yu. and Uniha, O. (2024), “Competitiveness of ukraine's wood processing industry under conditions of high migration activity of the population”, *Ekonomika ta suspil'stvo*, vol. 60. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-82>.

6. Ischuk, S.O. (2020), *Pererobna promyslovist' rehioniv Ukrainy: problemy ta perspektyvy rozvytku [Processing industry of the regions of Ukraine: problems and development prospects]*, DU «Instytut rehional'nykh doslidzhen' imeni M.I. Dolishn'oho NAN Ukrainy», L'viv, Ukraine, pp. 113-148.

7. Sakharnats'ka, L.I. and Kochut, R.A. (2023), “Peculiarities of the development of the woodworking industry under martial law”, *Zbalansovane pryrodokorystuvannia*, vol. 3, pp. 59-67.

8. Fedorchuk, S. (2024), “The essence and characteristics of business activity in the wood processing industry”, *Development Service Industry Management*, pp. 35-39. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-6\(6\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-6(6)).

*Стаття надійшла до редакції 13.07.2024 р.*