

Список использованных источников

1. А.Я.Архангельский. Программирование в Delphi. М., Издательство БИНОМ, 2008.
2. "Possible Minds: Twenty-Five Ways of Looking at AI" by John Brockman (Editor) (2019).
3. M.Çuriýew, R.Mahmudow, J.Geldiýew. Kiberhowpsuzlyk. Ыкary okuw mekdepleri üçin okuw gollanmasy. A.: "Ylym", 2023ý. – 340 s.

УДК 658.8:630

А.В. Чижик, В.А. Усевич

Белорусский государственный технологический университет
. Минск, Беларусь

ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ЛЕСНОМ КОМПЛЕКСЕ: РОЛЬ LINKEDIN, ОТРАСЛЕВЫХ ОНЛАЙН- ПОРТАЛОВ В ПРОДВИЖЕНИИ ПРОДУКЦИИ

Аннотация. В статье рассматриваются маркетинговые коммуникации в лесопромышленном комплексе. Проведен анализ использования социальной сети LinkedIn, отраслевых онлайн-порталов в качестве ключевых каналов взаимодействия с B2B-аудиторией.

A. V. Chizik, V.A. Usevich

Belarusian State Technological University
Minsk, Belarus

DIGITAL COMMUNICATIONS IN THE FORESTRY COMPLEX: THE ROLE OF LINKEDIN, INDUSTRY ONLINE PORTALS IN PRODUCT PROMOTION

Abstract. The article discusses marketing communications in the timber industry. The analysis of the use of the LinkedIn social network and industry online portals as key channels of interaction with the B2B audience is carried out.

Цифровая трансформация становится неотъемлемым элементом развития лесного хозяйства, выходя далеко за рамки технологической модернизации производства и затрагивая все аспекты бизнеса, включая маркетинг и коммуникации. В условиях глобализации рынка и усиления конкуренции белорусским производителям необходимо

активно переходить от экспорта сырья (круглого леса) к продвижению продукции с высокой долей добавленной стоимости, такой как клееный брус, CLT-панели (панели из поперечно-слоеной древесины), биотопливо, модифицированная древесина. Продвижение такой продукции требует сложных коммуникаций, направленных на B2B-аудиторию – девелоперов, архитекторов, проектировщиков, производителей конструкций, – которые нуждаются в детальном понимании технических характеристик, экономических выгод и областей применения инновационных продуктов.

Традиционные каналы коммуникации в лесной отрасли зачастую не способны эффективно решить эту задачу. В этой связи актуальным является анализ и внедрение современных цифровых инструментов, позволяющих выстраивать прямой диалог с профессиональной аудиторией, формировать лояльность и демонстрировать экспертизу компании. LinkedIn является крупнейшей в мире профессиональной социальной сетью, где присутствуют все ключевые участники рынка. На 2025 год платформа насчитывает более 1.2 миллиарда зарегистрированных пользователей, что делает ее центральным хабом для профессиональных коммуникаций. Для B2B-маркетинга эта платформа представляет уникальные возможности, поскольку более 50% всего социального трафика на сайты B2B-компаний поступает именно из LinkedIn [1].

Возможность в реальном времени получать данные о поставках, объемах производства и качестве продукции позволяет компаниям формировать прозрачное и информационно насыщенное коммуникационное предложение для своих деловых партнеров. Более того, растущий спрос на устойчивость и легальность происхождения древесины делает цифровые каналы, способные быстро и достоверно передавать такую информацию, критически важными для построения доверия и долгосрочных отношений, что делает изучение данной темы актуальной.

Анализ практики международных компаний лесного сектора показывает, что LinkedIn используется для решения нескольких ключевых задач:

1. Установление позиции отраслевого лидера. Систематическая публикация статей, аналитических обзоров и кейсов позволяет компании позиционировать себя как эксперта в области инновационных продуктов из древесины.
2. Продвижение продукции с высокой добавленной стоимостью. LinkedIn является идеальной площадкой для продвижения не круглого леса, а инновационных решений:

технологий мониторинга, готовой деревянной продукции (CLT-панели, kleеный брус), биотоплива.

3. Компании используют платформу для поиска инвесторов, готовых вкладываться в устойчивые проекты, а технологические стартапы находят партнеров среди крупных промышленных корпораций.
4. Активность в LinkedIn позволяет наглядно демонстрировать приверженность целям устойчивого развития, что критически важно для привлечения современных клиентов и инвесторов.

Для определения целесообразности использования LinkedIn для продвижения товаров лесного комплекса был проведен анализ использования компаниями LinkedIn.

Примеры использования LinkedIn компаниями лесного комплекса

Компания	Страна	Как используется LinkedIn
Pachama	США	Продвижение AI-платформы для мониторинга лесов и верификации углеродных кредитов. Позиционирование как технологический лидер в "зеленой" экономике.
Silvacom	Канада	Демонстрация экспертизы в геоинформационных системах (ГИС) и консалтинге для устойчивого управления лесами. Привлечение партнеров среди правительств и корпораций.
Dendra Systems	Великобритания	Продвижение высокотехнологичных услуг по восстановлению экосистем с помощью дронов и искусственного интеллекта. Привлечение внимания индустрий, нуждающихся в рекультивации земель.
EcoTree	Дания	Продвижение уникальной бизнес-модели (покупка деревьев в лесу). Вовлечение частных лиц и компаний в вопросы устойчивого лесопользования и углеродного нейтралитета.
Arbaro Advisors	Германия	Привлечение инвестиций в устойчивое лесное хозяйство и проекты по секвестрации углерода на развивающихся рынках. Работа с институциональными инвесторами.

Контент-стратегия для LinkedIn в лесном комплексе должна быть ориентирована на решение конкретных бизнес-задач и использовать наиболее эффективные форматы. Вместо рекламных сообщений о «качественном kleеном брусе» эффективнее работают следующие форматы:

1. Подробные разборы успешных проектов с использованием CLT-панелей, с цифрами по экономии сроков строительства, снижению нагрузки на фундамент.
2. Статьи и видео, объясняющие преимущества новых технологий модификации древесины, методы расчета нагрузок.
3. Публикации, подчеркивающие экологичность и углеродно-нейтральный статус продукции, что соответствует глобальному тренду на устойчивое развитие.

Исследования показывают, что в 2025 году наибольшую вовлеченность обеспечивают посты-карусели (45.85%) и видео, количество просмотров которых выросло на 159% по сравнению с предыдущим периодом [2]. Это подтверждает целесообразность использования предлагаемых форматов: подробных разборов проектов (которые можно оформить как карусель), обучающих видео о новых технологиях и публикаций на тему устойчивого развития.

Хотя LinkedIn является мощным инструментом, его эффективность многократно возрастает в сочетании с другими цифровыми каналами, например, отраслевые онлайн-порталы,

Отраслевые онлайн-порталы собирают узкопрофессиональную аудиторию, уже заинтересованную в специфической информации. Размещение экспертных материалов, пресс-релизов о запуске новых продуктов или технических статей на таких площадках позволяет достичь высококвалифицированной аудитории и усилить позиционирование компании как технологического лидера.

Таким образом, в результате исследования было выявлено, что компании лесного комплекса активно используют LinkedIn в своей маркетинговой стратегии. Анализ международного опыта показал, что такие компании как Pachama, Silvacom и Dendra Systems эффективно применяют эту платформу для продвижения инновационной продукции и технологий. Было установлено, что наиболее успешной является стратегия, сочетающая публикацию экспертного контента, кейсов успешных проектов и материалов по устойчивому развитию. Исследование подтвердило, что использование LinkedIn с отраслевыми порталами значительно повышает эффективность коммуникаций с B2B-аудиторией. Полученные результаты демонстрируют перспективность применения данного подхода белорусскими предприятиями лесного комплекса.

Список использованных источников

1. LinkedIn Statistics 2025: The Ultimate List [Электронный ресурс]. – URL: <https://affinco.com/ru/linkedin-statistics/> (дата обращения: 12.11.2025).
2. Trends on LinkedIn in 2025: Based on the Metricool Report [Электронный ресурс]. – URL: <https://pressaff.com/articles/trends-on-linkedin-in-2025-based-on-the-metricool-report/> (дата обращения: 12.11.2025).
3. Pachama: Technology-based carbon credits [Электронный ресурс]. – URL: <https://pachama.com/> (дата обращения: 12.11.2025).
4. Dendra: Restoring ecosystems at scale [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.dendra.io/> (дата обращения: 12.11.20245).
5. Arbaro Advisors: Sustainable Forestry Investments [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.arbaro-advisors.com/> (дата обращения: 12.11.2025).

УДК 630:658.155

А.В. Чижик, Т.П. Водопьянова
Белорусский государственный технологический университет
Минск, Беларусь

ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ РИСКАМИ В СМОЛЕВИЧЕСКОМ ЛЕСХОЗЕ

Аннотация. Актуальность исследования определяется растущей сложностью управления лесными ресурсами в условиях возрастающей неопределенности внешней среды. Рассматриваются теоретические и практические аспекты внедрения системы риск-менеджмента в лесном хозяйстве. Особое внимание уделено построению карты рисков. На примере Смолевичского лесхоза разработана карта рисков, предложены практические рекомендации по совершенствованию системы управления.

B. V. Chizik, T.P. Vodopjanova
Belarusian State Technological University
Minsk, Belarus

APPROACHES TO RISK MANAGEMENT IN SMOLEVICHESKIY FORESTRY

Abstract. The relevance of the study is determined by the growing complexity of forest resource management in the context of increasing environmental uncertainty. The