

JEL O18, L10, L19, Q12, Q13

DOI: <https://doi.org/10.53920/ES-2024-2-7>

Сергій Михайлович ГАЗУДА,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки, підприємництва та торгівлі,
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

ORCID: [0000-0001-8148-6783](https://orcid.org/0000-0001-8148-6783)

АНАЛІЗ ТРЕНДІВ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ АГРАРНИХ РЕГІОНІВ У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

У статті акцентовано увагу на необхідності зміцнення бренд-ових спеціалізацій для соціально-економічної консолідації регіонів із залученням і стимулюванням активної участі місцевого населення у їх розвитку. Метою дослідження є обґрунтування особливостей розвитку і окремих аспектів зміцнення бренд-ових спеціалізацій аграрних регіонів у контексті євроінтеграції. Основним завданням дослідження є обґрунтування окремих аспектів успішної євроінтеграції аграрних регіонів, передусім на основі використання комплексного підходу до вивчення та впровадження сучасних трендів аграрного бізнесу. Застосовано загальнонаукові методи й економічні прийоми для визначення світових трендів розвитку аграрного бізнесу із врахуванням таких тенденцій у ході зміцнення бренд-ових спеціалізацій регіонів, що є важливим фактором у забезпеченні їх сталого розвитку, підвищенні виробничої ефективності та адаптації до глобальних викликів. Основні результати дослідження стосуються виокремлення факторів впливу на зміцнення бренд-ових спеціалізацій аграрних регіонів, зокрема наявної концепції, яка забезпечує системність та узгодженість дій, підтримки місцевої влади і політичних структур, інноваційного розвитку та впровадження сучасних технологій ведення сільсько-го господарства, що сприятиме підвищенню ефективності та продуктивності аграрної індустрії.

Ключові слова: зміцнення бренд-ових спеціалізацій, аграрні регіони, євроінтеграція, сучасні тренди, аграрний бізнес, споживчі ринки.

Serhii GAZUDA,

Doctor of Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department
of Entrepreneurship and Trade
State University «Uzhgorod National University»

ANALYSIS OF DEVELOPMENT TRENDS OF THE INDUSTRY OF AGRARIAN REGIONS IN THE CONTEXT OF EUROPEAN INTEGRATION

The article substantiates the important role of creating effective brand strategies of regions in order to increase their own recognition and significance in the global market. Attention is focused on the need to strengthen brand specializations for socio-economic consolidation of regions with the involvement and stimulation of active participation of the local population in their development. The purpose of the study is to substantiate the specifics of development and certain aspects of strengthening brand specializations of agrarian regions in the context of European integration. The main task of the study is to substantiate certain aspects of the successful European integration of agricultural regions, primarily based on the use of a comprehensive approach to the study and implementation of modern agricultural business trends, which will allow to develop and strengthen brand specializations, ensuring their sustainable development. General scientific methods and economic techniques are applied to determine global trends in the development of agrarian business, taking into account such trends in the course of strengthening brand specializations of regions, which is an important factor in ensuring their sustainable development, increasing production efficiency and adapting to global challenges. Attention is focused on modern aspects of the digitalization of the agricultural industry, which open up new opportunities for tracking and optimizing logistics processes, ensuring more effective management of supply chains, as well as the formation of a smart farming system based on the use of advanced management technologies. The main results of the study relate to the identification of factors influencing the strengthening of brand specializations of agricultural regions, in particular the existing concept that ensures systematic and coherent actions, support of local authorities and political structures, innovative development and implementation of modern agricultural management

technologies, which will contribute to increasing the efficiency and productivity of the agricultural industry.

Keywords: *strengthening brand specializations, agricultural regions, European integration, modern trends, agricultural business, consumer markets.*

Постановка проблеми. В умовах зростаючої глобалізації та поширення інтеграційних процесів, регіональні бренди стають важливим інструментом для забезпечення сталого розвитку та підвищення економічної активності регіонів. Створення ефективних брендкових стратегій дозволяє регіонам підвищити власну впізнаваність та значущість на глобальному ринку. Зміцнення брендкових спеціалізацій сприяє соціально-економічній консолідації регіонів, що допомагає залучити місцеве населення до процесів розвитку, підвищуючи їхню гордість за свій регіон та стимулюючи активну участь у його розвитку. В цьому контексті, брендинг регіонів стає не лише економічним інструментом, але й засобом соціальної згуртованості та посилення громадянської ідентичності з розвитком культурних цінностей аграрних регіонів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування, розвитку та зміцнення брендкових спеціалізацій регіонів в їх євроінтеграційному розвитку широко розглядаються в науковій літературі, інформаційному просторі, досліджуються вітчизняними й зарубіжними науковцями. Багатогранність досліджуваної тематики відображено у наукових доробках таких вітчизняних вчених-економістів, як О. Бородіна [2], Л. Будяк [4], Т. Лісова [7], О. Гера [6], де відмічено необхідність активізації аграрного й сільського розвитку з метою підвищення результативності функціонування української економіки, процесів цифровізації у сфері агробізнесу, впровадження системи розумного фермерства. Сучасні тенденції й імперативи щодо формування дієвого механізму розвитку брендингу аграрних регіонів в умовах євроінтеграційних процесів, окреслення підходів до моделювання впливу аграрного сектору на розвиток регіональних економічних систем досліджувалися у працях таких науковців, як С. Газуда, Я. Алмашій, Л. Газуда, Л. Ковальська, С. Суворова, В. Ерфан, В. Герцег, М. Газуда, О. Завадська [9; 10] та іншими. Процеси розвитку і зміцнення брендкових спеціалізацій з обґрунтуванням стратегії формування брендингу, реалізації брендкових інновацій, пошуком споживчих

ринків досліджено у наукових публікаціях таких зарубіжних вчених, як Д.-Б. Холт [11], Д.-Н. Капферер [12], М. Ньюмейер [13] та інших.

Водночас, колективом авторів [1] окреслено підходи щодо забезпечення ефективної реалізації державної аграрної політики в контексті євроінтеграційних процесів розвитку. В інших наукових виданнях акцентується увага стосовно розширеного відтворення сфери агротуризму, що, в цілому, сприятиме розвитку локальних територій, ефективному функціонуванню фермерських господарств в агробізнесі, активізації аграрного господарювання [2]. Незважаючи на значні наукові напрацювання з досліджуваної тематики, додаткових досліджень потребують питання стосовно розвитку і зміцнення брендкових спеціалізацій аграрних регіонів у контексті євроінтеграції.

Метою дослідження є обґрунтування особливостей розвитку і окремих аспектів зміцнення брендкових спеціалізацій аграрних регіонів у контексті євроінтеграції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Євроінтеграційний розвиток аграрних регіонів вимагає вивчення сучасних трендів у сфері аграрного бізнесу та їх імплементацію для зміцнення брендкових спеціалізацій регіонів. До прикладу, впровадження сучасних агротехнологій, таких як прецизійне землеробство, автоматизація та діджиталізація виробничих процесів, є важливим кроком; екологічно чисте виробництво, яке відповідає європейським стандартам, є необхідністю для сучасного аграрного бізнесу; розширення асортименту продукції, орієнтованого на різні ринки, допомагає зменшити ризики та збільшити доходи аграрних підприємств; розробка та впровадження ефективних маркетингових стратегій, які включають використання сучасних каналів комунікації, є основою для зміцнення брендкових спеціалізацій регіонів; підвищення кваліфікації працівників аграрної індустрії та впровадження освітніх програм, орієнтованих на сучасні вимоги ринку, є частиною ефективного розвитку аграрних регіонів [1]. Для успішної євроінтеграції аграрних регіонів необхідно комплексно підходити до вивчення та впровадження сучасних трендів аграрного бізнесу, що дозволить зміцнити їхні брендкові спеціалізації та забезпечити сталий розвиток.

Визначення світових трендів розвитку аграрного бізнесу та врахування таких тенденцій у ході зміцнення брендкових спеціа-

лізацій регіонів є важливим фактором для забезпечення їх сталого розвитку, підвищення виробничої ефективності та адаптації до глобальних викликів, таких як кліматичні зміни, зростання населення та обмеженість ресурсного потенціалу (рис. 1).

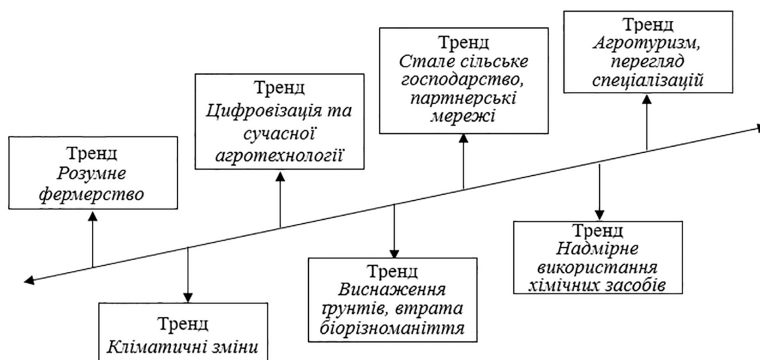


Рис. 1. Тренди розвитку аграрної індустрії у світі

Джерело: систематизовано автором на основі [2; 3; 4; 5; 6; 7; 8]

Аналіз представлених трендів дозволяє аграрним виробникам впроваджувати інноваційні технології, застосовувати більш екологічно чисті та стійкі практики, а також розробляти нові бізнес-моделі, що сприяють збереженню довкілля та підвищенню економічної стабільності. Крім того, знання про актуальні тенденції допомагає регіонам формувати ефективні аграрні політики та залучати інвестиції, необхідні для розвитку аграрної індустрії, що є важливим для забезпечення продовольчої безпеки у світі. Кожен із зазначених трендів здійснює значний вплив на аграрну індустрію та визначає напрями зміцнення брендів спеціалізацій регіонів. Наприклад, сучасний аграрний бізнес все більше орієнтується на агротуризм, який дозволяє фермерським господарствам диверсифікувати свої доходи і залучати туристів, що сприяє розвитку місцевої економіки та популяризації сільського господарства [2]. Перегляд спеціалізацій регіонів свідчить про те, що фермери адаптуються до нових ринкових вимог і змінюють профіль своєї діяльності, щоб відповідати сучасним тенденціям.

Стале сільське господарство можливе за умови розвитку партнерської мережі, що підкреслює важливість екологічно чистого та економічно стабільного виробництва, яке, у свою чергу, виражається в свідомому виробництві та споживанні. Стале сільське господарство спрямоване на збереження природних ресурсів і підтримку біорізноманіття [8]. Партнерські мережі дозволяють фермерам об'єднувати зусилля, ділитися знаннями та досвідом, що сприяє підвищенню ефективності та конкурентоспроможності.

Безумовним трендом сьогодні є впровадження цифрових технологій і сучасних агротехнологій, наприклад, використання дронів, сенсорів, систем автоматизації та об'ємних даних допомагає оптимізувати виробничі процеси, знижувати витрати і підвищувати врожайність, що також сприяє більш точному управлінню ресурсами і зменшенню негативного впливу на довкілля [4]. Крім того, такі технології дозволяють фермерам здійснювати стале та конкурентоспроможне землеробство. За допомогою сенсорів, дронів, супутникових знімків та автоматизованих систем управління є можливість в режимі реального часу отримувати дані про стан ґрунту, рівень вологості, наявність шкідників і захворювань рослин, що дозволяє оперативно реагувати на будь-які зміни та приймати обґрунтовані рішення. Такі інновації значно підвищують ефективність аграрного виробництва, зменшують витрати на ресурси та сприяють збільшенню врожайності.

Цифровізація аграрної індустрії відкриває нові можливості для відстеження та оптимізації логістичних процесів, що забезпечує більш ефективне управління ланцюгами постачання. Використання об'ємних даних і аналітичних платформ дозволяє прогнозувати ринкові тенденції, оптимізувати ціноутворення та підвищувати конкурентоспроможність аграрної продукції на глобальному ринку.

Також, важливим аспектом є підвищення прозорості виробничих процесів, що сприяє зміцненню довіри споживачів до продукції та підвищенню іміджу аграрних регіонів.

Таким чином, впровадження цифрових технологій і сучасних агротехнологій є важливим фактором сталого розвитку та конкурентоспроможності сучасного сільського господарства.

Розумне фермерство або «smart farming» включає використання передових технологій для управління фермерськими

господарствами, що дозволяє більш точно контролювати всі аспекти виробництва: від посіву до збору врожаю.

Застосування штучного інтелекту та інших інноваційних рішень сприяє підвищенню ефективності та сталості аграрного бізнесу та брендингу аграрних регіонів. Розумне фермерство дозволяє зменшити витрати та підвищити ефективність використання ресурсів, що також сприяє конкурентоспроможності регіональних брендів на міжнародних ринках. Застосування розумного фермерства сприяє сталому розвитку регіонів, допомагаючи фермерам адаптуватися до кліматичних змін і мінімізувати негативний вплив на навколишнє середовище [6]. Завдяки точному моніторингу та управлінню аграрії можуть оптимізувати використання води, добрив та інших ресурсів, що зменшує екологічний слід сільського господарства. Зазначене підвищує привабливість регіону для екологічно свідомих споживачів, які віддають перевагу продукції, вирощеній з мінімальним впливом на природу. Тому, розумне фермерство не тільки підсилює брендові спеціалізації регіонів, але й сприяє їх сталому економічному розвитку та екологічній відповідальності.

Соціальні, економічні та геополітичні проблеми сьогодні також присутні в розвитку аграрної індустрії. До таких проблем належать зміни у законодавстві, війни, міграційні процеси й інші фактори, що деструктивно впливають на стабільність та розвиток аграрної індустрії. Зміни у законодавстві можуть значно вплинути на аграрний бізнес, змушуючи аграріїв адаптуватися до нових вимог і правил. Наприклад, введення нових екологічних стандартів або обмежень на використання певних хімічних речовин може вимагати від аграріїв змін у виробничих процесах, що може бути як дорогим, так і складним. Війни та політичні конфлікти серйозно загрожують аграрному виробництву, спричиняючи руйнування інфраструктури, втрату доступу до ринків і ресурсів, а також примушуючи населення залишати свої домівки.

Міграційні процеси, як наслідок конфліктів або економічної нестабільності, також мають вплив на аграрну індустрію. Міграція сільського населення до міст призводить до зменшення робочої сили в сільському господарстві, що може знижувати продуктивність і ефективність виробництва. Крім того, економічні кризи, коливання валютних курсів, зміни в умовах експорту та імпорту,

а також торгові війни можуть створювати невизначеність для фермерів і аграрних підприємств.

Соціальні виклики, такі як старіння населення в сільській місцевості, недостатність освіти та навичок серед молоді, також можуть впливати на здатність аграрної індустрії адаптуватися до нових умов та використовувати сучасні технології. Війна, яку розв'язала росія проти України, завдала потужного удару по всіх, без винятку, сферах економіки нашої держави, в тому числі й для аграрної індустрії. Однак Україна здатна збільшити внесок у світову аграрну і продовольчу безпеку [5]. Таким чином, соціальні, економічні та геополітичні проблеми становлять значні виклики для аграрної індустрії, вимагаючи від неї гнучкості, інновацій та стратегії адаптації для забезпечення сталого розвитку регіонів.

Зловживання хімічними добривами та пестицидами призводить до забруднення ґрунтів і водних ресурсів, а також негативно впливає на здоров'я людей та навколишнє середовище. Зменшення використання хімічних засобів і перехід до більш природних методів ведення сільського господарства є важливими кроками для забезпечення сталого розвитку аграрних регіонів. Інтенсивне використання земель без належного відновлення призводить до деградації ґрунтів і втрати їх родючості, що, у свою чергу, загрожує зниженням врожайності і погіршенням якості аграрної продукції [7].

Збереження біорізноманіття і впровадження практик відновлення ґрунтів є ключовими фактором для забезпечення довготривалої продуктивності сільського господарства. Зміни клімату чинять значний вплив на аграрну індустрію, зокрема через екстремальні погодні умови, зміну режиму опадів і підвищення температур. Адаптація до кліматичних змін включає розробку нових сортів рослин, які є стійкими до посухи та інших стресових умов, а також впровадження ефективних методів управління водними ресурсами.

Висновки. Формування, розвиток та зміцнення брендів спеціалізацій аграрних регіонів у контексті євроінтеграції є необхідним процесом для підвищення конкурентоспроможності та сталого розвитку регіонів, що сприяє не тільки економічному зростанню, але й культурному збагаченню та соціальній інтеграції, відкриваючи нові перспективи для розвитку та процвітання регіонів.

Зміцнення брендкових спеціалізацій аграрних регіонів залежить від низки факторів, зокрема від наявної концепції, яка забезпечує системність та узгодженість дій.

Важливим фактором є підтримка місцевої влади та політичних структур, які можуть створювати сприятливі умови для розвитку брендингу аграрних регіонів. Політична воля та підтримка на державному рівні є основними факторами для впровадження ефективних стратегій та програм, спрямованих на розвиток аграрної індустрії.

Значну роль відіграє інноваційний розвиток та впровадження сучасних технологій. Використання новітніх досягнень сільського господарства, таких як точне землеробство, біотехнології та автоматизація виробничих процесів, сприяє підвищенню ефективності та продуктивності аграрної індустрії. Інновації дозволяють оптимізувати використання ресурсів, знижувати витрати та підвищувати якість продукції, що є важливим фактором для створення конкурентоспроможного бренду.

© Газуда С. М., 2024

ЛІТЕРАТУРА

1. Аграрна політика Європейського Союзу: виклики та перспективи: монографія // за ред. проф. Т. О. Зінчук. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 494 с.

2. Аграрний і сільський розвиток для зростання та оновлення української економіки: наукова доповідь / за ред. чл.-кор. НАН України Бородіної О.М., д-ра екон. наук Шубравської О.В. ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». К., 2018. 152 с.

3. Кознова О. Аграрні тренди-2023. *LIGA ZAKON Бізнес*. URL: https://biz.ligazakon.net/news/218909_agrar-trendi-2023.

4. Будяк Л.А. Сучасні тенденції та основні теоретичні підходи до цифрової трансформації агробізнесу. *Журнал стратегічних економічних досліджень*. № 6(17). 2023. С. 50 – 62. URL: https://www.researchgate.net/publication/379687336_SUCASNI_TENDENCII_TA_OSNOVNI_TEORETICNI_PIDHODI_DO_CIFROVOI_TRANSFORMACII_AGROBIZNESU.

5. Геополітичні та гео економічні зміни, формовані під впливом російської агресії, та оновлення місця України у світовому просторі / наук. ред. В. Юрчишин. Київ: Центр Разумкова, 2022. URL: https://razumkov.org.ua/uploads/article/2022_TRANSFORMANS_UKR.pdf.

6. Гера О.В. Упровадження системи розумного фермерства в Україні. *Science and Education a New Dimension. Natural and Technical Sciences*, VI (20). Issue: 172. 2018. URL: <https://doi.org/10.31174/SEND-NT2018-172VI20-02>.
7. Лісова Т. В. Правове забезпечення відновлення земель: теоретичні і практичні проблеми: монографія. Харків: Юрайт, 2020. 396 с. URL: https://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/19501/1/Lisova_mon_22.pdf.
8. Когут П. Стале сільське господарство: методи та їх переваги. *EOS Data Analytics*. 2023. URL: <https://eos.com/uk/blog/stale-silske-hospodarstvo/>.
9. Gazuda, S., Almashiy, Y., Gazuda, L., Kovalska, L., & Suvorova, S. (2024). The mechanism of the branding development of agrarian regions in the conditions of the european integration. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 46(1). Pp. 112 – 121. <https://doi.org/10.15544/mts.2024.12>.
10. Gazuda, S., Erfan, V., Gazuda, M., Hertseh, V., & Zavadska, O. (2024). Modeling the impact of the agricultural sector on the development of the regional economic systems. *Amazonia Investiga*. 13(74). Pp. 248 – 263. <https://doi.org/10.34069/AI/2024.74.02.21>.
11. Holt D.-B. (2004) Brands and Branding. *Cultural strategy group*. URL: <https://testconso.typepad.com/files/brands-and-branding-csg2.Pdf>.
12. Kapferer J.-N. (1992). Strategic brand management: New approaches to creating and evaluating brand equity. New York: *The Free Press*.
13. Neumeier M. The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design. New Riders; 2nd edición, 2005. 208 p.

REFERENCES

1. Koznova O. Ahrarni trendy-2023 [Agrarian trends-2023]. Retrieved from https://biz.ligazakon.net/news/218909_agrarn-trendi-2023 [in Ukrainian].
2. Borodina O. M., Shubravska O .V. (2018) Ahrarnyy i sil's'kyy rozvytok dlya zrostannya ta onovlennya ukrayins'koyi ekonomiky : naukova dopovid' [Agrarian and rural development for the growth and renewal of the Ukrainian economy: scientific report]. State University of Economics and predicted National Academy of Sciences of Ukraine. K., 152 p. [in Ukrainian].
3. Budyak L. A. (2023) Suchasni tendentsiyi ta osnovni teoretychni pidkhody do tsyfrovoyi transformatsiyi ahrobiznesu [Modern trends and main theoretical approaches to the digital transformation of agribusiness]. *Journal of strategic economic research*, 6(17). Pp. 50 – 62. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/379687336_SUCASNI_TENDENCII_TA_OSNOVNI_TEORETICNI_PIDHODI_DO_CIFROVOI_TRANSFORMACII_AGROBIZNESU [in Ukrainian].

4. Gazuda, S., Almashiy, Y., Gazuda, L., Kovalska, L., & Suvorova, S. (2024). The mechanism of the branding development of agrarian regions in the conditions of the european integration. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 46(1). Pp. 112 – 121. <https://doi.org/10.15544/mts.2024.12>.
5. Gazuda, S., Erfan, V., Gazuda, M., Hertseh, V., & Zavadska, O. (2024). Modeling the impact of the agricultural sector on the development of the regional economic systems. *Amazonia Investiga*. 13(74). Pp. 248 – 263. <https://doi.org/10.34069/AI/2024.74.02.21>.
6. Hera O.V. (2018) Uprovadzhenyia systemy rozumnoho fermerstva v Ukraini Science and Education a New Dimension [Implementation of the smart farming system in Ukraine Science and Education a New Dimension]. *Natural and Technical Sciences*. VI(20). 172. Retrieved from <https://doi.org/10.31174/SEND-NT2018-172VI20-02/>. [in Ukrainian].
7. Holt D.-B. (2004) Brands and Branding. *Cultural strategy group*. URL: <https://testconso.typepad.com/files/brands-and-branding-csg2.Pdf>.
8. Kapferer J.-N. (1992). Strategic brand management: New approaches to creating and evaluating brand equity. New York: *The Free Press*.
9. Lisova T. V. (2020) Pravove zabezpechennya vidnovlennya zemel': teoretichni i praktichni problemy: monohrafiya [Legal provision of land restoration: theoretical and practical problems: monograph]. Kharkiv: Yurayt, 396 p. Retrieved from https://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/19501/1/Lisova_mon_22.pdf. [in Ukrainian].
10. Neumeier M. The Brand Gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design. New Riders; 2nd edición, 2005. 208 p.
11. Kohut P. Stale sil's'ke gospodarstvo: metody ta yikh perevahy [Sustainable agriculture: methods and their advantages]. EOS Data Analytics. 2023. Retrieved from <https://eos.com/uk/blog/stale-silске-hospodarstvo/>. [in Ukrainian].
12. Yurchyshyn V. (2022) Heopolitychni ta heoekonomichni zminy, formovani pid vplyvom rosiys'koyi ahresiyi, ta onovlennya mistysya Ukrainy u svitovomu prostori [Geopolitical and geoeconomic changes formed under the influence of Russian aggression and renewal of Ukraine's place in the world]. Kyiv: Razumkov Center. Retrieved from https://razumkov.org.ua/uploads/article/2022_TRANSFORMANS_UKR.pdf [in Ukrainian].
13. Zinchuk T. O. (2019) Ahrarna polityka Yevropeys'koho Soyuzu: vyklyky ta perspektyvy: monohrafiya [Agrarian policy of the European Union: challenges and prospects: monograph]. Kyiv: Center for Educational Literature, 494 p. [in Ukrainian].

СТАТТЯ НАДІЙШЛА ДО РЕДАКЦІЇ 05.06.2024