

DOI: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2025.2\(66\).63-69](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2025.2(66).63-69)
 УДК 338.48-6:63-043.86:004

Газуда С.М., Ерфан В.Й., Газій О.П.

СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ АГРОТУРИЗМУ РЕГІОНУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

У статті обґрунтовано окремі стратегічні підходи до забезпечення розвитку сфери агротуризму в умовах цифровізації на регіональному рівні. Пріоритетністю зумовлюється сфера аграрного господарювання, оскільки формує продовольчу безпеку країни та її регіонів. Відмічено доцільність поєднання інтересів і взаємодії двох сфер аграрної і туристичної, оскільки задіяння наявного потенціалу як аграрного, так і туристичного локальних територій уможливорює перспективи до розвитку регіону та країни в цілому. Актуалізації набуває виокремлення стратегічних підходів до забезпечення розвитку агротуризму та реалізація їх на регіональному рівні, що дасть поштовх до побудови дієвої системи управління на основі формування стратегічних планів з метою досягнення намічених цілей. Обґрунтовано передумови до розвитку агротуризму на регіональному рівні, зокрема Закарпатської області. Акцентовано увагу на необхідності формування цілісного унікального агротуристичного бренду на окремій локальній території регіону підвищуючи конкурентоспроможність досліджуваної сфери й рівень довіри споживачів. Виокремлено стратегічні орієнтири щодо розвитку бренд-менеджменту у сфері агротуризму на рівні регіону.

Ключові слова: стратегічні орієнтири, розвиток агротуризму, умови цифровізації, бренд-менеджмент, агротуристичний бренд, регіон.

Постановка проблеми. Нині цифрові трансформації набувають особливої актуальності у всіх сферах діяльності людини. Пріоритетністю зумовлюється сфера аграрного господарювання, оскільки формує продовольчу безпеку країни та її регіонів. Водночас активізації отримала сфера туризму і рекреації, де можливістю окреслюється поєднання інтересів у взаємодії двох сфер аграрної і туристичної. Задіяння наявного потенціалу як аграрного, так і туристичного локальних територій уможливорює перспективи до розвитку регіону та країни в цілому. Виокремлення стратегічних підходів до забезпечення розвитку агротуризму та реалізація

їх на регіональному рівні дає поштовх до побудови дієвої системи управління на основі формування стратегічних планів з метою досягнення намічених цілей. Зазначений процес охоплює модернізацію управління із задіянням інноваційних цифрових технологій, ресурсних можливостей, формуванням висококваліфікованого персоналу, запровадженням організаційних змін спрямованих на реалізацію стратегічних цілей.

Мета статті полягає в окресленні стратегічних підходів до забезпечення розвитку сфери агротуризму регіону в умовах цифрових трансформацій.

Аналіз публікацій. Окреслення особливостей, тенденцій і перспектив інноваційного розвитку сфери аграрного господарювання, аграрного підприємництва в умовах цифровізації й обґрунтування ключових аспектів його забезпечення з визначенням стратегічних підходів, впливу цифрових технологій на аграрне виробництво досліджено у працях таких науковців, як Г. Антонова, О. Ковирьова [1], В. Василенко [2], М. Газуда, Л. Газуда, В. Герцег [3; 4], В. Гамалій, А. Тарасюк [5], М. Руденко [12], Т. Шабатура [17], О. Шебаніна, Ю. Кормишкіна [18], Н. Юрчука, С. Кіпоренко [20]. Актуальністю зумовлюються дослідження Л. Шерстюк та колективу авторів в частині вивчення зарубіжного досвіду впровадження цифрових технологій у сфері ведення сільського господарства і можливості його використання в Україні [19].

©Газуда С.М., д.е.н., доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та торгівлі ДВНЗ «Ужгородський національний університет», м. Ужгород, Україна, e-mail: serhii.hazuda@uzhnu.edu.ua, ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8148-6783>

Ерфан В.Й., к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та торгівлі, ДВНЗ «Ужгородський національний університет», м. Ужгород, Україна, e-mail: vitalij.erfan@uzhnu.edu.ua, <https://orcid.org/0000-0002-8580-378X>

Газій О.П., аспірант кафедри економіки, підприємництва та торгівлі, ДВНЗ «Ужгородський національний університет», м. Ужгород, Україна, e-mail: oleksandr.hazii@uzhnu.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-8752-6899>

Визначення пріоритетних напрямів цифровізації маркетингу аграрних підприємств, формування системи управління інноваційно-технологічним розвитком агросфери, можливості використання інтернет-маркетингу в агробізнесі знайшли відображення у працях таких науковців як С. Кобернюка, В. Карпенка [6], М. Лобаса, В. Россохи, Д. Соколова [7], О. Луцій, О. Скакун [8].

Стратегічні підходи до забезпечення розвитку туристичної галузі України в умовах невизначеності, формування маркетингової стратегії просування туристичних продуктів для іноземних туристів розглядали, О. Радченко, С. Горбаченко [10], А. Романова [11], Б. Семак [13], Д. Грибова, В. Збарський, М. Талавири, І. Охріменко, Н. Хомів, Л. Ярема [14], Т. Устік [16].

Процеси цифровізації, трансформаційного економічного впливу від впровадження цифрових технологій з виокремленням стратегічного інноваційного розвитку економічних систем досліджено у працях зарубіжних науковців, зокрема D. Bowersox, D. Closs, R. Drayer [27], J. Clerck [21], E. Stolterman, A. Fors [26], T. Ringenson, M. Höjer, A. Kramers, A. Viggedal [24], R. Katz [22], Ochs T., Riemann U. [23], S. Stojanova, N. Cvar, J. Verhovnik, N., Božic, J. Trilar, A. Kos, and E.S. Duh [25]. Однак, незважаючи на значні напрацювання в досліджуваній тематиці додаткових наукових пошуків потребують питання стосовно формування стратегії розвитку сфери агротуризму в умовах цифровізації на регіональному рівні.

Виклад основного матеріалу. З метою забезпечення максимальної результативності в контексті поєднання інтересів двох сфер аграрної і туристичної на регіональному рівні, зокрема в Закарпатській області доцільністю зумовлюється формування дієвої стратегії їх розвитку передусім під впливом цифрових трансформацій. Зазначена стратегія повинна ґрунтуватися на задіянні підходів до стратегічного планування щодо окреслення перспектив зростання сприяючи як регіональному, так і національному розвитку досліджуваних сфер. Відмічене дає підстави стверджувати про необхідність формування маркетингової стратегії розвитку агротуристичної сфери для забезпечення конкурентоспроможних переваг на ринку послуг, підвищення рівня зацікавленості вітчизняних та іноземних туристів, залучення інвесторів.

В регіоні є наявні передумови до забезпечення розвитку як аграрної, так і туристичної сфери. Незважаючи на

малоземельність і вертикальну зональність території Закарпаття існують потенційні можливості щодо вирощування й реалізації екологічно чистої (органічної) продукції, яка має суттєві перспективи до розширеного відтворення й виходу на внутрішні і зовнішні ринки, де останні з них можуть стосуватися просування органічної продукції на зарубіжні ринки, чому сприятиме прикордонне розташування Закарпаття й межування з чотирма країнами-членами Євросоюзу.

Зазначимо, що у Закарпатті впроваджуються інноваційні цифрові технології у сфері точного землеробства, розвитку садівництва, виноградарства, а також у тваринництві, використовуючи сучасне обладнання та програмне забезпечення для оптимізації процесів і підвищення продуктивності. Впроваджуються, до прикладу, системи моніторингу стану посівів за допомогою дронів, сучасні методи обробки ґрунту, а також програмні рішення для управління фермою та автоматизації процесів, доїльних робіт. Інтеграція цифрових технологій у сфері аграрного господарювання передбачає використання досвіду глобальних технологічних агрохолдингів у поєднанні з підтримкою державних і регіональних органів влади, органів місцевого самоврядування у напрямі реалізації місцевих стартапів використовуючи платформи з метою пошуку та залучення інвестиційних ресурсів. Зазначені стартапи можуть стосуватися впровадження системи «розумного» фермерства з окресленням агровиробничих майданчиків, де інноваційні цифрові технології («розумні» технології, Великі дані (Big Data) задіюються, як певні системи, що функціонують на основі програмного забезпечення [9; 15].

Для розвитку точного землеробства використовують супутникові дані з метою моніторингу полів та оцінки стану ґрунту. У сучасному садівництві застосовують високотехнологічні методи із системами крапельного підведення води та захисту від шкідників і хвороб. У виноградарстві поширеним є впровадження нових сортів винограду, сучасних систем формування кущів, автоматизованих систем поливу та моніторингу умов вирощування. У тваринництві здійснюється автоматизація процесів доїння та годування, використання систем контролю за здоров'ям тварин, що дозволяє підвищити ефективність та покращити умови утримання худоби. Для управління фермою, обліку та аналізу даних застосовують спеціальне програмне забезпечення, що допомагає приймати обґрунтовані управлінські

рішення. Впровадження цих технологій сприяє підвищенню продуктивності, зниженню витрат, покращенню якості продукції та збереженню довкілля.

Активізація процесів цифровізації у сфері аграрного розвитку викликає певні дискусії як на науковому, так і практичному рівні, оскільки поряд з позитивними аспектами, які сприяють мінімізації ризиків підвищуючи ефективність функціонування суб'єктів аграрного господарювання, виникають проблеми з вивільненням працівників і одночасним підвищенням рівня безробіття, а також забезпеченням економічної стійкості, що пов'язано з нововведеннями, непередбачуваністю зовнішніх факторів впливу та трансформаційних змін, які нині відбуваються на національному рівні.

Водночас туристична сфера Закарпаття є однією з провідних галузей соціально-економічного розвитку регіону, завдяки сприятливим передумовам та багатому рекреаційно-туристичному потенціалу. При цьому, ключовими основами й специфічними особливостями сфери туризму і рекреації Закарпатської області є, передусім:

- *природно-ресурсний потенціал*, зокрема наявність гірських систем (Українських Карпат), що сприяє розвитку гірського туризму, лижного спорту, а також організації походів та екскурсій у гори. Наявність мальовничих природних об'єктів: лісів, річок, водоспадів, унікальних природних ландшафтів, мінеральних джерел в поєднанні зі сприятливими кліматичними умовами відкривають можливості для розвитку туристичної сфери;

- *наявність в регіоні санаторіїв, курортів, оздоровчих та СПА-комплексів* з різними профілями лікування сприяє розвитку рекреаційно-оздоровчого туризму. Далеко за межами краю відомими є такі бальнеологічні локації (курорти): Свалява, Поляна, Солотвино, Шаян, Косино. Природними ресурсами для їх розвитку є джерела з теплою водою та лікувальні мінеральні води, термальні басейни;

- *культурно-історичні пам'ятки*: замки (Паланок у Мукачеві, Сент-Міклош, Шенборн), традиційні села з автентичним гуцульським, угорським, румунським, слов'янським колоритом та етнографічні музеї, фестивалі народної культури, приваблюють поціновувачів культурно-історичного туризму;

- *розвинутий активний вид туризму*: екскурсії, трекінг, велотуризм, рафтинг на річках, зимові види спорту на гірськолижних курортах;

- *спостереження за флорою і фауною, відвідування природних об'єктів*, національних парків природних заповідників, зокрема Національного природного парку «Синевир», Карпатського біосферного заповіднику, Національного парку «Зачарований край», сприяє розвитку екотуризму;

- *розвиток туристичної інфраструктури* (готелі, бази відпочинку, приватні садиби) та розвинена транспортна мережа (автобусні маршрути, залізниця, близькість до міжнародних кордонів) створюють сприятливі передумови для туризму, особливо у сільській місцевості, де в основному і зосереджена більшість туристичних об'єктів. Закарпаття приваблює туристів як з України, так і з-за кордону, пропонуючи різноманітні види відпочинку та оздоровлення в унікальному природному і культурному середовищі.

З метою оптимізації роботи туристичної галузі та покращення обслуговування туристів сьогодні активно впроваджуються цифрові технології у сферу туризму. Процес цифровізації туризму та використання цифрових інструментів у сервісі охоплює: онлайн-бронювання готелів, квитків, турів через онлайн платформи Booking.com, Airbnb, TripAdvisor; використання мобільних додатків для навігації, карти, гід по Закарпаттю, інформації про пам'ятки, ресторани; віртуальні тури та 3D-відтворення туристичних об'єктів; веб-сайти туристичних агенцій з інформацією про тури, акції, опис культурних подій; соціальні мережі: Facebook, Instagram, YouTube – для просування туристичних послуг, публікації фото та відео; застосування великих даних (Big Data) для аналізу поведінки туристів і прогнозування попиту; використання систем електронних квитків і безконтактною оплати; геолокаційні сервіси: Google Maps, Mapy.cz, локальні додатки для навігації та пошуку послуг.

Отже, цифровізація підвищує зручність туристів, розширює можливості маркетингу та підвищує ефективність функціонування суб'єктів господарювання у сфері надання агротуристичних послуг. Підсилює зазначений процес розвиток бренд-менеджменту з цілісною побудовою професійної ідентичності бренду формуючи комплексний підхід, де передбачено інтеграцію і взаємодію складових елементів, ціннісні особливості, науково-обґрунтовані методи, навички, набутий досвід, комунікаційні стратегії для зацікавлення і сприйняття споживачами пропонованого агротуристичного продукту. В зазначеному контексті формується цілісний унікальний образ агротуристичного

бренду на окремій локальній території, що виокремлює його серед конкурентів і спрямований на підвищення рівня довіри споживачів.

На регіональному рівні, зокрема Закарпатської області стратегічні орієнтири щодо розвитку бренд-менеджменту у сфері агротуризму стосуються, передусім:

- формування унікального образу регіонального агротуристичного бренду – ідентифікація автентичних рис, фокусування на культурі та місцевих традиціях регіону, концентрація на наявних природних ландшафтах;

- розширення інфраструктури та просування місцевих продуктів: формування нових агротуристичних комплексів з комфортними умовами, а також розвиток дегустаційних турів, гастротурів, фестивалів і ярмарок місцевої продукції, проведення майстер-класів;

- цифрової трансформації бренду, тобто створення та просування сайту на платформі, присутність у соціальних мережах та блогінг, налагодження системи для онлайн-бронювання для вдосконалення сервісу;

- екологічної орієнтації агротуризму, що охоплює екологічну та соціальну відповідальність, еко-френдлі підхід у розвитку бренду через залучення відвідувачів до природоохоронних заходів і органічного землеробства, позиціонування крафтових місцевих продуктів, органічної їжі та здорового харчування;

- партнерства та колаборації, зокрема співпраці з місцевою владою і бізнесом, фермерами, ремісниками, ресторанами для підтримки сталого розвитку агротуризму. Необхідністю зумовлюється підтримка з боку органів влади для формування брендингу як частини регіональної стратегії розвитку та просування бренду за межами регіону, а також розвиток інфраструктури сільської місцевості, де

пріоритетами є прокладання доріг, проведення інтернету, вдосконалення логістики;

- залучення інвестицій та грантів, участі у грантових програмах Євросоюзу чи Укрдержфонду з підтримки підприємництва, зокрема розвитку агротуризму.

Дослідження передумов до забезпечення розвитку агротуризму й окреслення стратегічних підходів до його активізації дає можливість стверджувати про доцільності формування в Закарпатській області потужного агротуристичного комплексу. Крім цього, вагомого значення набуватиме брендинг локальних територій з наявними потенційними агротуристичними ресурсами з метою стратегічного просування агротуристичного продукту як в межах регіону, країни, так і виходу на зарубіжні ринки послуг. Багатовимірний характер процесу регіонального брендингування, який охоплює унікальні, зазвичай притаманні тільки окремим територіям властивості з їх історичними, культурними й гастрономічними цінностями дає можливість створити айдентичку краю його ідентифікацію формуючи образну цілісність бренду з відповідними асоціаціями і впізнаваністю агротуристичного продукту чи послуги далеко за межами локації.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, як засвідчує дослідження в Закарпатській області є всі передумови до забезпечення розвитку агротуристичної сфери. При цьому, процеси цифровізації сприяють не тільки оцифруванню досліджуваних сфери, але й розповсюдженню інформації щодо наявного агротуристичного потенціалу краю залучаючи туристів, рекреантів, інвесторів й зацікавлених осіб. Подальші дослідження стосуватимуться вивчення потенційних можливостей інших пріоритетних сфер і видів економічної діяльності регіону з метою окреслення стратегічних перспектив їх залучення до співпраці в межах кластерного утворення на базі сформованого агротуристичного комплексу

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонова Г. В., Ковирьова О. В. Бездротові технології як ланка цифровізації сільського господарства. Комп'ютерні засоби, мережі та системи. 2018. №17. С. 53-59.
2. Василенко В. Сільське господарство стає цифровим. URL: [http:// www.ifarming.com.ua/сільське-господарство-стає-цифровим](http://www.ifarming.com.ua/сільське-господарство-стає-цифровим). (дата звернення: 10.09.2025).
3. Газуда Л., Газуда М. (2024) Діджиталізація аграрної сфери: тенденції та перспективи: матеріали наукового колоквиуму «Цифрова трансформація економіки України: проблеми і пріоритети побудови стратегії конкурентних переваг» (8 травня 2024 року). *Одеса: Одеський національний технологічний університет*, 16-19.
4. Газуда М., Газуда Л., Герцег В. (2024) Ключові аспекти цифровізації сільського господарства. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2024. №1(63). С. 79-86.

5. Гамалій В., Тарасюк А. Тренди цифровізації сільськогосподарських підприємств України. *Цифрова економіка. Вісник КНТЕУ*. 2021. № 5. С. 72-85.
6. Кoberнюк С., Карпенко В. Напрями цифровізації маркетингу аграрних підприємств. *Innovation and Sustainability*. 2023. №1. С. 204-212.
7. Лобас М. Г., Россоха В. В., Соколов Д. О. Управління інноваційно-технологічним розвитком агросфери. Київ : ННЦ ІАЕ. 2016. 416 с.
8. Луцій О. П., Скакун О. М. Можливості використання інтернет-маркетингу в агробізнесі. Київський економічний науковий журнал. 2023. № 3. С. 76-81.
9. Програмне забезпечення для сільського господарства. URL: <https://wezom.com.ua/ua/pz-dlya-agrapnoyi-galuzi>. (дата звернення: 11.09.2025).
10. Радченко О. П., Горбаченко С. А. Стратегія розвитку туристичної галузі України в умовах невизначеності. *Економіка та суспільство*. 2021. №4. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-31>. (дата звернення: 11.09.2025).
11. Романова А. А. Методологічні підходи до розробки стратегії туристичного розвитку України. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. №3(65). С. 35-40.
12. Руденко М. В. Вплив цифрових технологій на аграрне виробництво: методичний аспект. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. Том 30 (69). № 6. С. 30-37.
13. Семак Б. Б. Формування маркетингової стратегії просування туристичних продуктів для іноземних туристів. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. 2019. №57. С. 19-25.
14. Стратегія розвитку туристичної галузі в Україні: монографія / Д. В.Грибова, В.К. Збарський, М. П. Талавіря, І. В. Охріменко, Н. Й. Хомів, Л.В.Ярема, Київ. ЦП «Кшмпринт». 2022. 453 с.
15. Технології Big Data: ключові характеристики, особливості та переваги. URL <https://aiconference.com.ua/uk/news/tehnologii-big-data-klyuchevie-harakteristiki-osobennosti-i-preimushchestva-97883/> (дата звернення: 19.08.2025).
16. Устік Т. В. Формування маркетингової стратегії регіонального розвитку туризму. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2024. Том 9. № 1. С. 372-376.
17. Шабатура Т. С. Перспективи розвитку аграрного сектору України в контексті цифрових технологій. *Приазовський економічний вісник. Електронний науковий журнал*. 2019. № 3 (14). С. 123-128. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/3_14_uk/23.pdf
18. Шебаніна О. В., Кормишкін Ю. А. Сучасна парадигма інноваційного розвитку аграрного підприємництва. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2019. №3. С. 4-10.
19. Шерстюк Л. М. Цифрове сільське господарство: зарубіжний досвід та особливості впровадження й використання в Україні: колективна монографія. 2019. С. 310-318.
20. Юрчук Н. П., Кіпоренко С. С. Особливості використання цифрових технологій в агробізнесі. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2022. № 3 (36). С. 109-116.
21. Clerck, J. (2017). Digitalization, digital transformation: The differences. i-SCOOP. URL: <https://www.i-scoop.eu/digital-transformation/digitization-digitalization-digital-transformation-disruption/>. (accessed: September, 13. 2024).
22. Katz R. (2015, May 6). The transformative economic impact of digital technology. URL: https://unctad.org/meetings/en/Presentation/ecn162015p09_Katz_en.pdf. (accessed: September, 12. 2024).
23. Ochs T., Riemann U. IT Strategy Follows Digitalization. *Encyclopedia of Information Science and Technology*, Fourth Edition. Hershey, PA: IGI Global. 2019. P. 491–508. DOI: <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-7362-3.ch036>
24. Ringenson, T., Höjer, M., Kramers, A., & Viggedal, A. (2018). Digitalization and environmental aims in municipalities. *Sustainability*, 10(4), 1278–1–1278–16.
25. Stojanova, S., N. Cvar, J. Verhovnik, N., Božic, J. Trilar, A. Kos, and E.S. Duh (2022) Rural digital innovation hubs as a paradigm for sustainable business models in Europe's rural areas. *Sustainability*, 14, 14620 p. DOI:<https://doi.org/10.3390/su142114620>
26. Stolterman, E., & Fors, A. C. (2004). Information technology and the good life. *Information Systems Research*, 687–692. URL: https://doi.org/10.1007/1-4020-8095-6_4510 . (accessed: September, 10. 2024).
27. Bowersox D. J., Closs D. J. & Drayer R. W. (2005) The digital transformation: technology and beyond. *Supply Chain Management Review*, 9(1), 22-29.

REFERENCES

1. Antonova G. V. & Kovryyova O. V. (2018). Bezdrotovi tekhnolohiyi yak lanka tsyfrovizatsiyi sil's'koho hospodarstva [Wireless technologies as a link in the digitalization of agriculture]. Computers, networks and systems, 17, 53-59. [in Ukrainian].
2. Vasylenko V. (n.d.). Sil's'ke hospodarstvo staye tsyfrovym [Agriculture is becoming digital]. Retrieved from: <http://www.ifarming.com.ua/сильське-господарство-стайе-цифровым>. [in Ukrainian].
3. Hazuda, L. & Hazuda, M. (2024). Didzhytalizatsiya ahraryoi sfery: tendentsiyi ta perspektyvy: materialy naukovoho kolokviumu «Tsyfrova transformatsiya ekonomiky Ukrayiny: problemy i priorytety pobudovy stratehiyi konkurentnykh perevah» (8 travnya 2024 roku). [Digitization of the agricultural sphere: trends and prospects: materials of the scientific colloquium «Digital transformation of the economy of Ukraine: problems and priorities of building a strategy of competitive advantages»]. Odesa: Odesa National Technological University. 16-19. [in Ukrainian].
4. Hazuda, M., Hazuda, L. & Hertseh, V. (2024). Klyuchovi aspekty tsyfrovizatsiyi sil's'koho hospodarstva [Key aspects of digitalization of agriculture]. Scientific Bulletin of Uzhhorod University. Series «Economics», 1(63). 79-86. [in Ukrainian].
5. Gamalii, V. & Tarasyuk, A. (2021). Trendy tsyfrovizatsiyi sil's'kohospodars'kykh pidpryyemstv Ukrayiny [Trends of digitization of agricultural enterprises of Ukraine]. Tsyfrova ekonomika. Visnyk of KNTEU, 5, 72-85. [in Ukrainian].
6. Kobernyuk, S. O. & Karpenko, V. L. (2023). Napryamy tsyfrovizatsiyi marketynhu ahrarykh pidpryyemstv [Directions of digitalization of marketing of agrarian enterprises]. Innovation and Sustainability, 1, 204-212. [in Ukrainian].
7. Lobas, M. G., Rossokha, V. V. & Sokolov, D. O. (2016). Upravlinnya innovatsiyno-tekhnolohichnym rozvytkom ahrosfery [Management of innovative and technological development of the agricultural sphere]. Kyiv: NNC IAE. [in Ukrainian].
8. Lucii, O. P. & Skakun, O. M. (2023). Mozhlyvosti vykorystannya internet-marketynhu v ahrobiznesi [Possibilities of using internet marketing in agribusiness]. Kyiv Economic Scientific Journal, 3, 76-81. [in Ukrainian].
9. Prohramne zabezpechennya dlya sil's'koho hospodarstva [Oftware for agriculture]. (n.d.). Retrieved from: <https://wezom.com.ua/ua/pz-dlya-agrarnoyi-galuzi>. [in Ukrainian].
10. Radchenko, O. P. & Gorbachenko, S. A. (2021). Stratehiya rozvytku turystychnoyi haluzi Ukrayiny v umovakh nevyznachenosti [Strategy for the development of the tourism industry of Ukraine in conditions of uncertainty]. Economy and Society, 4. Retrieved from: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-31>. [in Ukrainian].
11. Romanova, A. A. (2018). Metodolohichni pidkhody do rozrobky stratehiyi turystychnoho rozvytku Ukrayiny [Methodological approaches to developing a strategy for the development of tourism in Ukraine]. Problems of a systematic approach in economics, 3(65), 35-40. [in Ukrainian].
12. Rudenko, M. V. (2019). Vplyv tsyfrovyykh tekhnolohiy na ahraryne vyrobnytstvo: metodychnyy aspekt [Impact of digital technologies on agricultural production: methodical aspect]. Scientific notes of TNU named after V. I. Vernadskyi. Series: Economics and management, 30 (69), 6, 30-37. [in Ukrainian].
13. Semak, B. B. (2019). Formuvannya marketynhovoyi stratehiyi prosuvannya turystychnykh produktiv dlya inozemnykh turystiv [Formation of a marketing strategy for promoting tourist products for foreign tourists]. Bulletin of the Lviv University of Trade and Economics, 57, 19-25. [in Ukrainian].
14. Hrybova, D. V., Zbarsky, V. K., Talavirya, M. P., Okhrimenko, I. V., Khomiv, N. Y. & Yarema L. V. (2022). Stratehiya rozvytku turystychnoyi haluzi v Ukrayini: monohrafiya [Strategy for the development of the tourism industry in Ukraine: monograph]. Kyiv. Publishing House «Kshmpriint». [in Ukrainian].
15. Tekhnolohiyi Big Data: klyuchovi kharakterystyky, osoblyvosti ta perevahy [Big Data technologies: key characteristics, features and advantages]. (n.d.). Retrieved from: <https://aiconference.com.ua/uk/news/tehnologii-big-data-klyuchevieharakteristiki-osobennosti-i-preimushchestva-97883>. [in Ukrainian].
16. Ustik, T. V. (2024). Formuvannya marketynhovoyi stratehiyi rehional'noho rozvytku turyzmu [Formation of a marketing strategy for regional tourism development]. Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology, 9 (1), 372-376. [in Ukrainian].
17. Shabatura, T. S. (2019). Perspektyvy rozvytku ahrarynoho sektoru Ukrayiny v konteksti tsyfrovyykh tekhnolohiy [Prospects for the development of the agricultural sector of Ukraine in the context of digital technologies]. Pryazovsky Economic Bulletin. Electronic scientific journal, 3 (14), 123-128. [in Ukrainian].

18. Shebanina, O. V. & Kormyshkin, Yu. A. (2019). Suchasna paradyhma innovatsiynoho rozvytku ahrarnoho pidpryyemnytstva [Modern paradigm of innovative development of agrarian entrepreneurship]. Bulletin of Agrarian Science of the Black Sea Region, 3, 4-10. [in Ukrainian].
19. Sherstyuk, L. M. (2019). Tsyfrove sil's'ke hospodarstvo: zarubizhnyy dosvid ta osoblyvosti vprovadzhennya y vykorystannya v Ukrayini: kolektyvna monohrafiya [Digital agriculture: foreign experience and peculiarities of implementation and use in Ukraine: collective monograph], 310–318. [in Ukrainian].
20. Yurchuk, N. P. & Kiporenko, S. S. (2022). Osoblyvosti vykorystannya tsyfrovyykh tekhnolohiy v ahrobiznesi [Peculiarities of using digital technologies in agribusiness]. Eastern Europe: Economics, Business and Management, 3 (36), 109-116. [in Ukrainian].
21. Clerck, J. (2017). Digitalization, digital transformation: The differences. i-SCOOP. Retrieved from: <https://www.i-scoop.eu/digital-transformation/digitization-digitalization-digital-transformation-disruption/> [in English].
22. Katz R. (2015). The transformative economic impact of digital technology. Retrieved from: https://unctad.org/meetings/en/Presentation/ecn162015p09_Katz_en.pdf [in English].
23. Ochs, T., Riemann, U. (2019). IT Strategy Follows Digitalization. Encyclopedia of Information Science and Technology, Fourth Edition. Hershey, PA: IGI Global. 491–508. Retrieved from: <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-7362-3.ch036> [in English].
24. Ringenson, T., Höjer, M., Kramers, A., & Viggedal, A. (2018). Digitalization and environmental aims in municipalities. Sustainability, 10(4), 1278–1–1278–16. [in English].
25. Stojanova, S., N. Cvar, J. Verhovnik, N., Božic, J. Trilar, Kos, A. & Duh, E.S. (2022). Rural digital innovation hubs as a paradigm for sustainable business models in Europe's rural areas. Sustainability, 14. Retrieved from: <https://doi.org/10.3390/su142114620> [in English].
26. Stolterman, E., & Fors, A. C. (2004). Information technology and the good life. Information Systems Research, 687–692. Retrieved from: https://doi.org/10.1007/1-4020-8095-6_4510 . [in English].
27. Bowersox, D. J., Closs, D. J. & Drayer, R. W. (2005). The digital transformation: technology and beyond. Supply Chain Management Review, 9(1), 22-29 [in English].

Отримано 24.08.2025