

DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-4\(44\)-160-170](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2025-4(44)-160-170)

УДК 338.439:334.712

JEL Classification: R11; L26; O31; M13; L60

Вікторія Андріївна Герцег

доктор філософії (PhD) за спеціальністю 051 Економіка

Інститут аграрних ресурсів та регіонального розвитку НААН України (Велика Бакта, Україна)

завідувач лабораторії економіки

станція НААН (Велика Бакта, Україна)

E-mail: hercegva@zakinppo.org.ua. ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4613-2829>**Сергій Михайлович Газуда**

доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та торгівлі

ДВНЗ «Ужгородський національний університет» (Ужгород, Україна)

E-mail: serhii.hazuda@uzhnu.edu.ua. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8148-6783>.

ResearcherID: X-6791-2018

**РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КРАФТОВОГО БІЗНЕСУ ТА
ВПРОВАДЖЕННЯ КРАФТОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

У статті обґрунтовано регіональні особливості розвитку крафтового бізнесу та впровадження крафтових технологій. Зазначено, що нині крафтові технології виступають як інноваційна складова розвитку господарюючих суб'єктів. Актуалізації набуває проблема крафтового виробництва, яка є специфічним інноваційним напрямом у сфері господарювання, що може активізувати розвиток малого підприємництва за різними видами економічної діяльності. На основі узагальнення сутності категорій «крафт», «крафтова продукція», «крафтові виробники», подано власне розуміння поняття «крафтові технології», що зводяться до творчих, нетрадиційних, авторських, малосерійних, інноваційних методів виробництва продукції, які надають їй унікальність, впізнаваність, екологічність з орієнтацією на якісну складову та індивідуальну характерність виготовленої продукції. Проведено SWOT-аналіз і сформовано матрицю-SWOT, що дало змогу окреслити можливості й загрози, розглядувані крізь призму сильних і слабких сторін розвитку крафтового бізнесу і впровадження крафтових технологій у межах окремо взятого регіону, зокрема Закарпатської області.

Ключові слова: крафтовий бізнес; крафтові технології; регіональні особливості; крафт; впізнаваність товару; крафтове виробництво.

Рис.: 1. Табл.: 2. Бібл.: 21.

Постановка завдання. Нині крафтові технології виступають як інноваційна складова розвитку господарюючих суб'єктів. Водночас крафтове виробництво товарів набуло широкої популяризації, оскільки його специфіка полягає в тому, що продукція виробляється невеликими партіями, що передбачає передусім високу якість, унікальність, де в процесі застосовано креативний підхід і майстерність щодо її виконання. Саме такий продукт набуває впізнаваності, має попит серед споживачів, і значною мірою відповідає індивідуальним потребам покупців. Крафтове виробництво позиціонується як виробництво безпечної, екологічно чистої продукції, виготовленої з натуральної сировини в межах локальних територій з унікальними й автентичними рецептами, що додає продукту більшої привабливості й затребуваності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науково-економічній літературі особливості впровадження крафтових виробництв висвітлено у працях вітчизняних і зарубіжних науковців та вчених-економістів. Так, Крафтове виробництво в Україні окреслено в працях науковців, зокрема, таких, як Л. Калініченко [4], А. Кульчицька, Т. Царьова [8], А. Орел, В. Орел [10], М. Паска, О. Графська, О. Кулик [12], О. Пушка, А. Різник, І. Дочинець [14], Т. Семко, О. Іваніщева [15] та ін.

Серед фахівців, що присвятили власні дослідження висвітленню окремих питань розвитку крафтового виробництва в гірській місцевості є І. Осадчук, С. Боліла, Н. Кириченко [11], В. Юровчик, Т. Марусей, В. Коцюк [18]. Серед зарубіжних учених слід виділити праці таких учених, як А. Д. Алонсо та Дж. Норткот [19], Б. Д. Пайн, Д. Х. Гілмор [20], Г. Паксон [21].

Виділення недосліджених частин загальної проблеми. Проблема крафтового виробництва є специфічним інноваційним напрямом у сфері господарювання, що може активізувати розвиток малого підприємництва за різними видами економічної діяльності. Вагомого значення досліджуване виробництво набуває на рівні регіону, або ж окремої локальної території, оскільки дає можливість залучити наявний потенціал території, забезпечити робочі місця, сприяти подальшому розвитку територіальної економічної системи. У контексті зазначеного зумовлюється необхідність дослідження розвитку крафтового бізнесу, особливостей впровадження крафтових технологій на регіональному зрізі.

Мета статті. Метою дослідження є виявлення особливостей розвитку крафтового бізнесу та впровадження крафтових технологій на регіональному зрізі.

Виклад основного матеріалу. Впровадження крафтових технологій та розширене відтворення крафтового бізнесу, передусім у повоєнний період, дасть поштовх до активізації розвитку територіальних економічних систем. У зазначеному контексті актуалізації набуває дослідження сутнісних особливостей проблематики крафтового виробництва, організації крафтового бізнесу і впровадження крафтових технологій.

Сутнісно-змістовне розуміння поняття «крафт», яке походить від англійського слова «craft» означає «майстерність», «ремесло», «промисел», походить від дієслова «створити», «створювати», «напрацювати». Тобто крафтове – майстерно зроблене, авторське, створене в невеликій кількості за індивідуальною технологією і, відповідно, має вищу якість у порівнянні із серійним [17]. Так, крафтовим вважається продукт, власного виробництва з подальшою реалізацією у невеликих кількостях. Ключова відмінність такого процесу – забезпечення якості на кожному етапі, починаючи з відбору сировинних інгредієнтів та завершуючи нетрадиційною технологією виробництва [14, с. 206-210].

Крафтові виробники по своїй структурі є невеликими виробничими підприємствами, що спеціалізуються на товарах ручної роботи з унікальними властивостями, що виготовлені за авторськими рецептами чи технологіями. Такі товари переважно позиціонуються як екологічно чисті, виготовлені з натуральної сировини та ще й ручної роботи, тому мають значно вищу ціну як їхні аналоги на ринку. Розвивається крафтове виробництво як із продукції рослинного (олії, масла, сухофрукти та ін.), так і з продукції тваринництва – м'ясні делікатеси, крафтові сири та ін. [2]. Сприяє розвитку цього сектору державна та міжнародна підтримка. Для розвитку таких виробництв, або як означено в законопроекті 8290 «ремісничого харчового продукту» [4], створено базис як у нормативно-правовому забезпеченні, так і щодо торговельної інфраструктури [13].

Крафтова сільськогосподарська продукція позиціонується як високоякісна продукція місцевого походження, яка виробляється дрібними фермерами та виробниками продуктів харчування. Ці продукти часто продаються як екологічно стійкі, соціально відповідальні та високоякісні. Маркетингові стратегії крафтової сільськогосподарської продукції часто зосереджуються на цих атрибутах, а також на унікальності й автентичності продукції [9].

У науковій літературі окреслюють сутнісне розуміння крафтових (нішевих) продуктів як виробів, що виготовляються у невеликих масштабах вручну, або ж на невеликих виробничих потужностях, зі значним акцентом на деталі, високу якість і унікальність. Є багато відмінностей між крафтовими продуктами та масовим виробництвом, передусім те, що в останньому продукти виготовляються великими серіями на заводах [10].

На основі наведених трактувань категорій «крафт», «крафтова продукція», «крафтові виробники» запропонуємо власне розуміння поняття «крафтові технології», що зводяться до творчих, нетрадиційних, авторських, малосерійних, інноваційних методів виробництва продукції, які надають їй унікальність, впізнаваність, екологічність з орієнтацією на якісну складову та індивідуальну характерність виготовленої продукції.

ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА РОЗВИТКУ ПРОДУКТИВНИХ СИЛ РЕГІОНУ

Сприяють розвитку крафтового виробництва унікальні регіональні особливості, наявний потенціал території, зокрема рельєф, кліматичні умови, наявність відповідних природних ресурсів, а також культура та традиції відповідного регіону. Формування перспектив розвитку аграрних крафтових технологій на регіональному рівні окреслюється персоналізацією в частині адаптаційної можливості продукту чи надаваної послуги комунікувати з індивідуальними потребами споживачів, створюючи унікальний досвід, що базуватиметься на врахуванні інтересів окремо взятого покупця, взаємозумовлюючи ціннісну споживчу складову та релевантність очікуваних результатів відповідно запитам споживачів. Водночас забезпечення збалансованості розвитку крафтового бізнесу зумовлюється створенням унікального продукту, товару, який сприяє ідентифікації території засобом збереження місцевих традицій формуючи нішевий продукт з високою доданою вартістю та цільовою аудиторією.

Розвиток крафтового бізнесу, впровадження крафтових технологій у межах регіонального розвитку має свої переваги й проблемні питання щодо задіяння (табл. 1).

Таблиця 1

Проблеми і переваги (SWOT-аналіз) розвитку крафтового бізнесу, впровадження крафтових технологій в аграрній сфері регіону (Закарпатська область)

Сильні сторони	Слабкі сторони
1) використання локальної сировини, екологічно чисті території;	1) обмежені фінансові ресурси, брак інвестицій;
2) висока якість та унікальність продукції;	2) невеликі обсяги виробництва;
3) туристична привабливість регіону;	3) складність дотримання стандартів якості;
4) тісний зв'язок із культурною спадщиною та унікальна гастрономічна спадщина;	4) нестача управлінських і маркетингових знань;
5) висока додана вартість продукції та короткий ланцюг постачання;	5) слабка кооперація між виробниками та слабка логістика.
6) незначні обсяги виробництва.	
Можливості	Загрози
1) зростання попиту на локальні та натуральні продукти;	1) конкуренція з промисловими виробниками;
2) розвиток агро- та гастрономічного туризму;	2) нестабільність економічної ситуації та відтік молоді;
3) державні та міжнародні програми підтримки, співпраця з ЄС;	3) зміни регуляторних вимог;
4) цифрові канали збуту;	4) кліматичні ризики;
5) формування регіональних брендів.	5) зниження купівельної спроможності населення.

Джерело є: авторські узагальнення за результатами досліджень.

До сильних сторін стосовно розвитку крафтового бізнесу й впровадження крафтових технологій у Закарпатській області належать:

- використання наявного ресурсного потенціалу території, задіяння у виробничих процесах локальної сировини органічного походження (екологічно чистої);
- висока якість та унікальність продукції, що має автентичний характер, оригінальну й достовірну складову відповідну місцевим звичаям та традиціям, що загалом є основою ідентичності місцевих мешканців;
- туристична привабливість регіону, в межах якої доцільно розвивати крафтовий бізнес, що має адаптаційні можливості згідно з вимогами й потребами споживачів;
- тісний зв'язок з історичною і культурною спадщиною локальної території та унікальні гастрономічні вподобання, що ґрунтуються на багатовікових традиціях місцевих мешканців;

- незначні обсяги виробництва, що може надати малому бізнесу доступ до сучасних інноваційних технологій, оскільки використання традиційних методів виробництва може окреслюватися дороговизною.

Серед слабких сторін процесу забезпечення розвитку й розширеного відтворення крафтового бізнесу та впровадження крафтових технологій можна виділити, зокрема:

- обмежені фінансові ресурси, брак інвестицій, певною мірою складність у зацікавленні та залученні інвесторів;

- невеликі обсяги виробництва, повільне відновлення, насамперед в умовах воєнного стану;

- складність дотримання стандартів якості, що зумовлюється процесом перманентного моніторингу середовища, безперервного навчання та оновлення знань з метою підвищення кваліфікації, навичок і професійних компетентностей персоналу, що впливатиме на продуктивність праці та формування конкурентних переваг щодо аналогічних виробників;

- нестача управлінських і маркетингових знань, потреба у кваліфікованих кадрах з професійними навичками і економічними знаннями;

- слабка кооперація між виробниками, передусім через високу конкуренцію та слабка логістика, що потребує розбудови.

Звичайно, що розвиток крафтових технологій відкриває для регіону певні можливості:

- зростання попиту на локальні та натуральні продукти безпечні для здоров'я населення і взагалі споживачів продукції;

- розвиток агро- та гастрономічного туризму, що дасть можливість забезпечити нові робочі місця, підвищуючи зайнятість місцевих мешканців, а також підвищення рівня ідентифікації локальних територій;

- державні та міжнародні програми підтримки, співпраця з ЄС, що уможливорює розширене відтворення крафтових виробництв незалежно від виду економічної діяльності;

- цифрові канали збуту із задіянням основних їх видів, зокрема різних інтернет-платформ, сайти е-комерції, мобільні застосунки, що сприяють швидкому ознайомленню споживачів та розповсюдженню виготовлених товарів;

- формування регіональних брендів, що базується на системному підході з формування унікального образу, іміджу й ідентифікації території (регіону). Побудова зазначеного підходу охоплює оцінювання унікальних властивостей локальних територій, формування їх стратегічного позиціонування, створення айдентики бренду та його маркетингове просування на ринку.

Основні загрози, що виступають стримуючим фактором у розвитку крафтового бізнесу та впровадження крафтових технологій у межах регіону є:

- конкуренція з промисловими виробниками, у тому числі внутрішньогалузева конкуренція;

- нестабільність економічної ситуації, передусім спричиненої повномасштабним вторгненням росії в Україну, воєнним станом;

- відтік молоді, що посилюється через зазначені вище загрози і створило кадровий дефіцит і нові виклики у бізнесовому;

- зміни регуляторних вимог, що пов'язано з процесами дерегуляції бізнесу, зокрема й крафтового, а також адаптаційними можливостями зумовленими воєнним станом, законодавчою незбалансованістю й непередбачуваністю, що потребує постійного моніторингу законодавчих змін для господарюючих суб'єктів;

- кліматичні ризики, що пов'язані з порушенням аграрних екосистем, кліматичними змінами, що так чи інакше впливають на розвиток аграрної сфери. Сюди ж відносяться різні стихійні явища, зокрема повені, посухи, руйнівні впливи лісових пожеж тощо, що загалом підсилюють ефект залежності від кліматичних загроз;

- зниження купівельної спроможності населення через інфляційні процеси і безперервне зростання цін, особливо на продукти першої необхідності. Результатом такої ситуації є зниження реальних доходів населення, неможливість заощаджень, збільшення витрат на життєво необхідні продукти, а загалом підвищення ризику соціальної напруженості в суспільстві, незадоволення людей через нездійсненні позитивні очікування.

На основі проведеного SWOT-аналізу сформовано матрицю-SWOT, яка дає можливість окреслити можливості й загрози крізь призму розглядуваних сильних і слабких сторін розвитку крафтового бізнесу і впровадження крафтових технологій у межах окремо взятого регіону, зокрема Закарпатської області (табл. 2).

Таблиця 2

*Матриця-SWOT процесу розвитку крафтових технологій
в аграрній сфері регіону (Закарпатська область)*

	<i>Сильні сторони</i>	<i>Слабкі сторони</i>
МОЖЛИВОСТІ	$S_{ii}+M$ $1-1, 2$ $2-2, 3, 5$ $3-2$ $4-2, 5$ $5-1, 3, 4$	$M \rightarrow S_{ll}$ $1-1, 5$ $2-1$ $3-3, 4$ $4-4$ $5-0$
ЗАГРОЗИ	$S_{ii} \rightarrow Z$ $1-1$ $2-5$ $3-2, 4$ $4-0$ $5-1, 5$	$Z+S_{ll}$ $1-1, 2, 3, 5$ $2-4$ $3-3$ $4-0$ $5-1$

Джерело: авторські узагальнення за результатами дослідження.

Зокрема, порівняльні (конкурентні) переваги» ($S_{ii}+M$) розвитку крафтових технологій Закарпатської області полягають у:

- використання локальної сировини та врахування екологічних особливостей регіону сприяє зростанню попиту на локальні та натуральні продукти, а також розвитку агро- та гастрономічного туризму;
- туристична привабливість регіону також є сприятливим фактором у розвитку агро- та гастрономічного туризму.

Основні «Виклики» ($M \rightarrow S_{ll}$), які виникають у результаті поєднання слабких сторін та зовнішніх позитивних можливостей:

- обмежені фінансові ресурси, брак інвестицій обмежують зростання попиту на крафтову продукцію та перешкоджають формуванню регіональних брендів;
- нестача управлінських і маркетингових знань перешкоджають розвитку цифрових каналів збуту.

Визначення «Захищеності» ($S_{ii} \rightarrow Z$) інтегрує зв'язки між сильними сторонами та зовнішніми негативними впливами (загрозами):

- використання локальної сировини, екологічно чисті території та продукції інколи може вплинути на конкурентоздатність з промисловими виробниками, які мають сформоване серійне виробництво відповідної продукції;
- висока якість та унікальність продукції може бути неоціненою через зниження купівельної спроможності населення.

«Ризики» ($Z+S_{ll}$) – зв'язки між слабкими сторонами та загрозами, тобто найслабші місця (внутрішні чинники):

нестабільність економічної ситуації та відтік молоді спричинює нестачу кадрів та брак управлінських і маркетингових знань.

Узагальнення і аналізування складових елементів SWOT-аналізу й результати сформованої матриці-SWOT дають можливість стверджувати, що Закарпатський регіон має всі підстави до розвитку крафтового бізнесу та впровадження крафтових технологій. Так, регіон славиться давніми традиціями та майстерністю сироваріння з мінімальною механізацією, чому сприяє розвиток вівчарства у гірській та передгірській зоні області та дрібнотоварне фермерство. Крафтовими сировиробниками є: сироварня «Дзварка» (Тячівський район), родинна сироварня «Family Cheese» (Тячівський район), сироварня «Varosh cheese» (м. Мукачево), фермерське господарство «Чорна Тиса Плюс» (Рахівський район), ТМ «Селиська сироварня» (Хустський район), ТМ «Перечинська мануфактура» (м. Перечин), екоферма «Розенталь» (Рахівський район), «Мамин сир» (Хустський район) та інші [7]. Виробники вищезгаданих агробрендів представляють свою продукцію на регіональних ярмарках, фестивалях «Гуцульська бринза» та активно інтегруються в агротуризм, формуючи локальні кооперативи. Позитивним ефектом крафтового виробництва сиру є збереження традицій та додаткові доходи для гірських громад.

Виноробні агробренди, що застосовують крафтові технології у виробництві вин, в основному зосереджені в Берегівському та Мукачівському районах Закарпатської області. До них належать: «Шато Чизай» (м. Берегово), «Котнар» (Берегівський район) та малі сімейні виноробні в Косоні, Мужієві. Популярними сортами вин є: Фурмінт, Черсегі, Іршаї Олівер, Трамінер. Для крафтового виноробства регіону характерними є: малі партії, ручний збір винограду, мінімальне втручання в процес ферментації. Виробники беруть участь у винних фестивалях, дегустаційних турах та інтегруються із зеленим туризмом, що сприяє формуванню регіонального винного бренду Закарпаття.

Регіон славиться крафтовим виробництвом меду, який є екологічно чистим та виробляється з різнотрав'я, липи, акації та відмовою від інтенсивної хімізації. Відомими виробниками є: пасіка «Pcholnika» (м. Мукачево), «Турянський мед» (Ужгородський район), ТМ «Мед Карпат» (м. Хуст) та інші [1]. Пасіки застосовують натуральну переробку з одержанням, крім меду, ще й додаткової продукції: воску та прополісу. Ефектом цього виробництва є екологічна продукція та самозайнятість населення, зокрема в сільській місцевості.

Крафтові виробництво фруктових напоїв та переробка фруктів характерні для Закарпаття. Так, у регіоні виготовляють яблучний сидр, сливові та грушеві дистилати, варення, пастилу та сушені фрукти. Відомими агробрендами є: фермерське господарство «Коник» (Ужгородський район), яке спеціалізується на вирощуванні яблук і виробництві соків прямого віджиму; ТОВ «Закарпат-агро» (м. Берегово) – вирощуванні ягід, горіхів та інших фруктів; ТОВ «Джерела Карпат» (м. Перечин) – виготовленні соків, джемів, сиропів, морсів, плодоовочевих консервів та мінеральної води [1]. Крафтові технології, що застосовуються у виробництві даної продукції – локальна рецептура з використанням ручної та напівручної праці, а також переробка надлишкової сировини. Переробка сировини дає можливість зменшити втрати урожаю та створити додану вартість продукції.

Агротуризм виступає платформою підтримки крафту. Завдяки сприятливим передумовам та багатому туристично-рекреаційним потенціалу в регіоні розвинуті різні види агротуризму: гірський туризм, лижний спорт, організації походів та екскурсій у гори, трекінг, велотуризм, рафтинг на річках, спостереження за флорою і фауною, відвідування природних об'єктів, садиб зеленого туризму (Міжгір'я, Колочава, Пилипець), екскурсії з дегустацією крафтових виробів: сирів, вин, меду та інших. Наявність мальовничих природних об'єктів: лісів, річок, водоспадів, унікальних природних ландшафтів, мінеральних джерел у поєднанні зі сприятливими кліматичними умовами відкривають можливості для розвитку туристичної сфери [2]. Інтеграція агротуризму з крафтовими виробами є успішним методом просування крафту, продукт стає частиною туристичного досвіду, а також відбувається прямий контакт виробника і споживача. Агротуризм разом із крафтовим виробництвом сприяє комплексному розвитку сільських територій.

Особливості розвитку крафтового бізнесу, впровадження крафтових технологій регіону подано на рис. 1.

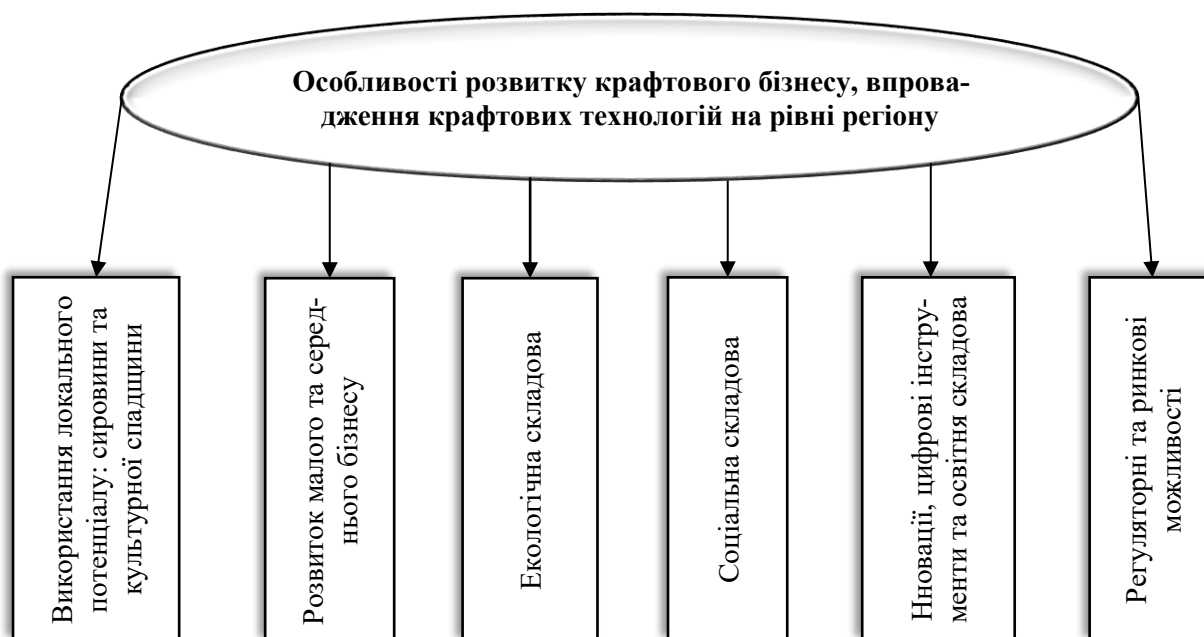


Рис. 1. Особливості розвитку крафтового бізнесу, впровадження крафтових технологій на рівні регіону

Джерело: авторські узагальнення за результатами дослідження.

Особливості розвитку крафтового бізнесу, впровадження крафтових технологій окреслюється такими аспектами, зокрема:

1. Використання локального потенціалу: сировини та культурної спадщини. Для виробництва крафтової продукції зазвичай використовують той потенціал, що притаманний відповідному регіону. Зокрема, крафтове виробництво здійснюється на основі використання продукції місцевих порід тварин (молоко, яйця, м'ясо) чи рослин (зерно, фрукти), що підкреслює географічну та культурну ідентичність регіону. При цьому застосовуються традиційні методи обробки сировини, мінімальне використання хімії, що формує унікальний смак, імідж і переваги споживачів.

2. Розвиток малого та середнього бізнесу. Виробництво крафтових виробів починається з малих фермерських господарств та локальних підприємств, які здатні зайняти відповідну нішу на ринку.

3. Екологічна складова крафтового виробництва пов'язана з тим, що застосовується екологічно-чиста сировина, органічні методи, акцентується увага на збереженні біорізноманіття. Такі продукти цінуються споживачами за натуральність і прозорість виробництва.

4. Соціальна складова полягає в тому, що крафтовий бізнес стимулює зайнятість, зокрема в сільській та гірській місцевості, що сприяє економічному розвитку регіону та утримує населення від міграції в міста.

5. Новаційні інформаційно-комунікаційні (цифрові) інструменти та освітня складова досліджуваного процесу. Сучасні умови господарювання зумовлюють необхідність цифрових впроваджень і підготовку кваліфікованого персоналу у сфері організації і забезпечення ефективного розвитку крафтового агробізнесу;

6. Регуляторні та ринкові можливості, що базуються на аналізуванні зовнішніх чинників впливу, зокрема законодавчого та інфраструктурного забезпечення, політичної си-

туації в країні, що формує цільові спрямування і забезпечення розвитку крафтових виробництв на конкурентоспроможній основі й адаптаційними можливостями до змінності попиту споживачів. Досвід європейських країн засвідчує, що продукти регіонального походження, як правило мають законодавчо підтверджені офіційні означення й географічні індикації (GI), що уможливають ідентифікацію товарів, продуктів, послуги, які належать до певної території, або ж місцевості. Водночас такий підхід дає можливість забезпечити захист виробників, окреслити унікальність та автентичність виробленого товару, й уникнення різного роду підробок продукту. У сукупності зазначене дає можливість підвищити рівень впізнаваності та ринкової цінності товару, сприяти розширеному відтворенню брендів на локальних територіях.

Висновки та пропозиції. Дослідженням підтверджено, що Закарпатська область має вагомий ресурсний потенціал для забезпечення розширеного відтворення і перспективного розвитку крафтового агробізнесу та впровадження крафтових агротехнологій на локальних територіях, де поєднуються природно-кліматичні умови, багатовікова культура з давніми історичними витоками, культурною і гастрономічною привабливістю території для туристів та рекреантів. У зазначеному контексті для регіону характерним є крафтове сироваріння, виноробство, бджільництво, переробка фруктів та агротуризм, що окреслює ефективні підходи до забезпечення збалансованого розвитку територій сільської місцевості регіону.

Список використаних джерел

1. Газуда Л. Формування і розвиток бренду у сфері аграрного бізнесу / Л. Газуда, М. Газуда, К. Індус // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». – 2025. – № 1(65). – С. 60-65. DOI: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2025.1\(65\).60-65](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2025.1(65).60-65).
2. Газуда С. Стратегічні підходи до розвитку агротуризму регіону в умовах цифровізації / С. Газуда, В. Ерфан, О. Газій // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». – 2025. – № 2(66). – С. 63-69. DOI: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2025.2\(66\).63-69.10](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2025.2(66).63-69.10).
3. Калініченко Л. Л. Проблеми розвитку крафтової діяльності в Україні [Електронний ресурс] / Л. Л. Калініченко // Економіка: реалії часу. – 2022. – № 5(63). – С. 26-33. – Режим доступу: <https://economics.net.ua/files/archive/2022/No5/26.pdf>.
4. Картка законопроекту – Законотворчість. Електронний кабінет громадянина [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Card/41035>.
5. Колодяжна В. Маркетинговий аналіз вітчизняного ринку крафтової аграрної продукції / В. Колодяжна // Bulletin of Sumy National Agrarian University. – 2023. – № 1 (93). – С. 22–27. DOI: <https://doi.org/10.32845/bsnau.2023.1.5>.
6. Колодяжна В. О. Теоретико-методичні основи дослідження крафтового виробництва аграрної продукції / В. О. Колодяжна // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2022. – № 42. – С. 177–182.
7. Крафтові виробники [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zaktour.gov.ua/tours/craft-manufacturer/>.
8. Кульчицька А. Є. Специфіка та тенденції розвитку ринку крафтової продукції в Україні / А. Є. Кульчицька, Т. О. Царьова // Актуальні проблеми економіки та управління. – 2018. – № 12. – С. 3–14.
9. Озтурк І. Minecraft для фермера: абетка розвитку дрібнооптового виробництва харчів [Електронний ресурс] / І. Озтурк. – Режим доступу: <https://agravery.com/uk/posts/show/minecraft-dla-fermera-abetka-rozvitku-dribnooptovogo-virobnictva-harciv>.
10. Орел А. М. Становлення ринку споживачів крафтових продуктів в системі маркетингу [Електронний ресурс] / А. М. Орел, В. М. Орел // Інвестиції: практика та досвід. – 2023. – № 22. – С. 7-11. – Режим доступу: <https://nayka.com.ua/index.php/investplan/issue/view/112>.
11. Осадчук І. В. Розвиток крафтового органічного сімейного фермерства – шлях до подолання безробіття на селі [Електронний ресурс] / І. В. Осадчук, С. Ю. Боліла, Н. В. Кириченко // Ефективна економіка. – 2020. – № 4. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.

12. Паска М. З. Сучасні аспекти формування крафтових продуктів у ресторанній справі / Паска, М. З., Графська, О. І. & Кулик, О. М. // International scientific and practical conference (September 25–26, 2020). – Prague, Czech Republic, 2020. – С. 76–80.
13. Перспективи крафтового бізнесу в Україні [Електронний ресурс] // Kyivstar Business Hub. – Режим доступу: <https://hub.kyivstar.ua/articles/kraftovuj-biznes-v-ukrayini-yaki-ye-perspektyvy-dlya-pidpryyemciv> 5.
14. Пушка О. С. Крафтові напої як сервісна інновація в готельному та туристичному бізнесі / О. С. Пушка, А. О. Різник, І. В. Дочинець // Причорноморські економічні студії. – 2024. – № 86. – С. 206–210.
15. Семко Т. В. Аналіз сучасного стану крафтового виробництва сирів в Україні з елементами НАССР [Електронний ресурс] / Семко, Т. В. & Іваніщева, О. А. // Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. – 2019. – № 7(4). – С. 92–95. – Режим доступу: <https://ir.vtei.edu.ua/card.php?id=26205>.
16. Соколюк К. Ю. Розбудова агропромислових ринків України на локальному рівні: роль та значення для розвитку лікувально-курортної сфери у повоєнний період / К. Ю. Соколюк // Ефективна економіка. – 2025. – № 3. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.3.66>.
17. Що таке крафт? Чому варто обирати крафтові продукти? [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://newfood.ua/2023/09/20/shcho-take-kraft-chomu-var-to-obyraty-kraftovi-produkty>.
18. Юровчик В. Г. Сучасна роль «craft» виробництв в розвитку туризму та ресторанної справи / В. Г. Юровчик, Т. В. Марусей, В. Д. Коцюк // Інвестиції: практика та досвід. – 2023. – № 16. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.16>.
19. Duarte Alonso A. Investigating farmers' involvement in value-added activities: A preliminary study from Australia / Duarte Alonso A., Northcote, J. // British Food Journal. – 2013. – Vol. 115, No. 10. – Pp. 1407–1427. DOI: <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2011-0104>.
20. Pain B. D. Ekonomika dosvidu / B. D. Pain, D. Kh. Hilmer. – Kembrydzh, Massachusetts, SShA: Harvardskaya biznes-presa, 2011.
21. Pakson H. Zhyttia syru / H. Pakson. – 1-e vyd. – Berkli, Kaliforniia, SShA: Vydavnytstvo Kaliforniiskoho universytetu, 2013.

References

1. Gazuda, L., Gazuda, M. & Indus, K. (2025). Formuvannya i rozvytok brendu u sferi ahrarynoho biznesu [Brand formation and development in the field of agribusiness]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Seriya «Ekonomika» – Scientific Bulletin of Uzhgorod University. Series «Economy»*, 1(65), 60–65. [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2025.1\(65\).60-65](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2025.1(65).60-65).
2. Gazuda, S., Erfan, V. & Gazyi O. (2025). Stratehichni pidkhody do rozvytku ahroturyzmu rehionu v umovakh tsyfrovizatsiyi [Strategic approaches to the development of agritourism in the region in the context of digitalization]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Seriya «Ekonomika» – Scientific Bulletin of Uzhgorod University. Series «Economy»*, 2(66), 63–69. [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2025.2\(66\).63-69.10](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2025.2(66).63-69.10).
3. Kalinichenko, L. L. (2022). Problemy rozvytku kraftovoi diialnosti v Ukraini [Problems of the development of craft activity in Ukraine]. *Ekonomika: realii chasu – Economics: realities of time*, 5(63), 26–33. <https://economics.net.ua/files/archive/2022/No5/26.pdf>.
4. Kartka zakonoproektu – Zakonotvorchist. Elektronnyy kabinet [Bill card – Legislation. Citizen's electronic cabinet]. (n.d.). <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Card/41035>.
5. Kolodyazhna, V. (2023). Marketynhovyi analiz vitchyznianoho rynku kraftovoi ahrarynoi produktsii [Marketing analysis of the domestic market of craft agricultural products]. *Bulletin of Sumy National Agrarian University*, 1(93), 22–27. <https://doi.org/10.32845/bsnau.2023.1.5>.
6. Kolodyazhna, V. O. (2022). Teoretyko-metodychni osnovy doslidzhennia kraftovoho vyrobnytstva ahrarynoi produktsii [Theoretical and methodological foundations of research on craft production of agricultural products]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu – Scientific Bulletin of Uzhgorod National University*, 42, 177–182.
7. Kraftovi vyrobnyky [Craft producers]. (n.d.). <https://zaktour.gov.ua/tours/craft-manufacturer/>.

8. Kulchytska, A. E., & Tsaryova, T. O. (2018). Spetsyfika ta tendentsii rozvytku rynku kraftovoi produktsii v Ukraini [Specifics and trends in the development of the craft products market in Ukraine]. *Aktualni problemy ekonomiky ta upravlinnia – Current problems of economics and management*, 12, 3–14.
9. Ozturk, I. (2025). Minesraft dlia fermeri: abetka rozvytku dribnooptovoho vyrobnytstva khar-chiv [Minecraft for the farmer: the alphabet of the development of small-scale food production]. <https://agravery.com/uk/posts/show/minesraft-dla-fermera-abetka-rozvitku-dribnooptovogo-virobnic-tva-harciv>.
10. Orel, A. M., & Orel, V. M. (2023). Stanovlennia rynku spozhyvachiv kraftovykh produktiv v systemi marketynhu [Formation of the craft products consumer market in the marketing system]. *Investytsii: praktyka ta dosvid – Investments: practice and experience*, 22, 7–11. <https://nayka.com.ua/index.php/investplan/issue/view/112>.
11. Osadchuk, I. V., Bolila, S. Yu., & Kyrychenko, N. V. (2020). Rozvytok kraftovoho orhanich-noho simeinoho fermerstva – shliakh do podolannia bezrobittia na seli [Development of craft organic family farming - a way to overcome unemployment in the countryside]. *Efektivna ekonomika – Effective economy*, 4. <http://www.economy.nayka.com.ua>.
12. Paska, M. Z., Graftska, O. I. & Kulyk, O. M. (September 25–26, 2020). Modern aspects of craft product development in the restaurant business [Suchasni aspekty formuvannya kraftovykh produktiv u restoranni sprav]. *International scientific and practical conference [Modern aspects of the formation of craft products in the restaurant business: materials of the International scientific and practical conference]*. Prague, Czech Republic (pp. 76–80).
13. Perspektyvy kraftovoho biznesu v Ukraini. Kyivstar Business Hub [Prospects of craft business in Ukraine. Kyivstar Business Hub]. (n.d.). <https://hub.kyivstar.ua/articles/kraftovyj-biznes-v-ukrayini-yaki-ye-perspektyvy-dlya-pidpryemcziv> 5.
14. Pushka, O. S., Riznyk, A. O., & Dochynets, I. V. (2024). Kraftovi napoyi yak servisna innovatsiya v hotel'nomu ta turystychnomu biznesi [Craft drinks as a service innovation in the hotel and tourism business]. *Prychornomorski ekonomichni studii – Black Sea Economic Studies*, 86, 206–210.
15. Semko, T. V., & Ivanishcheva, O. A. (2019). Analiz suchasnoho stanu kraftovoho vyrobnytstva syriv v Ukraini z elementamy NASSR [Analysis of the current state of craft cheese production in Ukraine with elements of HACCP]. *Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky – Scientific Letters of Academic Society of Michal Baludansky*, 7(4), 92–95. <https://ir.vtei.edu.ua/card.php?id=26205>.
16. Sokolyuk, K. Yu. (2025). Rozbudova ahropromyslovykh rynkiv Ukrayiny na lokal'nomu rivni: rol' ta znachennya dlya rozvytku likuval'no-kurortnoyi sfery u povoyennyi period [Development of agro-industrial markets of Ukraine at the local level: the role and significance for the development of the medical and resort sector in the post-war period]. *Efektivna ekonomika – Effective Economy*, 3. <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.3.66>.
17. Shcho take kraft? Chomu varto obyraty kraftovi produkty? [What is Kraft? Why should you choose Kraft products?]/ (n.d.). <https://newfood.ua/2023/09/20/shcho-take-kraft-chomu-varto-obyraty-kraftovi-produkty>.
18. Yurovchyk, V. G., Marusey, T. V., & Kotsyuk, V. D. (2023). SSuchasna rol «craft» vyrobnytstv v rozvytku turyzmu ta restorannoï spravly [The modern role of «craft» production in the development of tourism and restaurant business]. *Investytsii: praktyka ta dosvid – Investments: practice and experience*, 16. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.16>.
19. Duarte Alonso, A., & Northcote, J. (2013). Investigating farmers' involvement in value-added activities: A preliminary study from Australia. *British Food Journal*, 115(10), 1407–1427. <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2011-0104>.
20. Pain B.D., & Hilmor, D.Kh. (2011). *The Economics of Experience*. Cambridge, Massachusetts, USA: Harvard Business Press.
21. Pakson, H. (2013). *The Life of Cheese*. 1st ed. Berkeley, California, USA: University of California Press.

Отримано 09.12.2025

UDC 338.439:334.712

Victoriia Hertseh

Doctor of Philosophy (PhD) in specialty 051,
Economics Head of the Economics Laboratory of the Institute of Agrarian Resources
and Regional Development of the NAAS (Velyka Bakta, Ukraine)

E-mail: hercegva@zakinppo.org.ua. ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4613-2829>

Serhii Gazuda

Doctor of Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Entrepreneurship and Trade
Uzhgorod National University (Uzhgorod, Ukraine)

E-mail: serhii.hazuda@uzhnu.edu.ua. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8148-6783>.

ResearcherID: X-6791-2018

**REGIONAL FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF CRAFT BUSINESS
AND THE INTRODUCTION OF CRAFT TECHNOLOGIES**

The article substantiates the regional features of the development of craft business and the introduction of craft technologies. It is noted that currently craft technologies act as an innovative component of the development of business entities. At the same time, craft production of goods has gained wide popularity, since its specificity lies in the fact that products are produced in small batches, which implies, first of all, high quality, uniqueness, where a creative approach and skill in its execution are applied in the process. It is such a product that gains recognition, is in demand among consumers, and to a large extent meets the individual needs of buyers. It is noted that craft production is positioned as the production of safe, environmentally friendly products made from natural raw materials within local territories with unique and authentic recipes, which makes the product more attractive and in demand. The issue of craft production is becoming more relevant, as it is a specific innovative direction in the field of management that can activate the development of small businesses in various types of economic activity. The production under study acquires significant importance at the level of the region or a separate local territory, as it makes it possible to use the existing potential of the territory, provide jobs, and promote the further development of the territorial economic system. In the context of the above, there is a need to study the development of craft business, the features of the implementation of craft technologies in the regional context. Based on the generalization of the essence of the categories "craft", "craft products", "craft producers", the author's own understanding of the concept of "craft technologies" is presented, which are reduced to creative, non-traditional, original, small-scale, innovative methods of production of products that give it uniqueness, recognition, environmental friendliness with an orientation to the quality component and individual characteristics of the manufactured products. A SWOT analysis was conducted and a SWOT matrix was formed, which made it possible to outline the opportunities and threats considered through the prism of the strengths and weaknesses of the development of craft business and the implementation of craft technologies within a particular region, in particular the Transcarpathian region.

Keywords: *craft business; craft technologies; regional features; craft; product recognition; craft production.*

Fig.: 1. Table: 2. References: 21.