

27 лютого 2026 року старший науковий співробітник **Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України**, кандидат економічних наук, старший дослідник **Наталія Трушкіна** провела гостьову лекцію для магістрів програми з агробізнесу **Університету Мухаммадія Маланг** (Universitas Muhammadiyah Malang, UMM, м. Маланг, Республіка Індонезія).

Захід відбувся в онлайн-форматі за участі викладачів, студентів магістерської програми, а також представників адміністрації факультету агробізнесу UMM. З вітальним словом до учасників звернувся керівник магістерської програми з агробізнесу доктор **Бамбанг Юді Аріаді (Dr. Bambang Yudi Ariadi)**, який наголосив на важливості розвитку міжнародної академічної співпраці та обміну науковим досвідом між Україною та Індонезією.

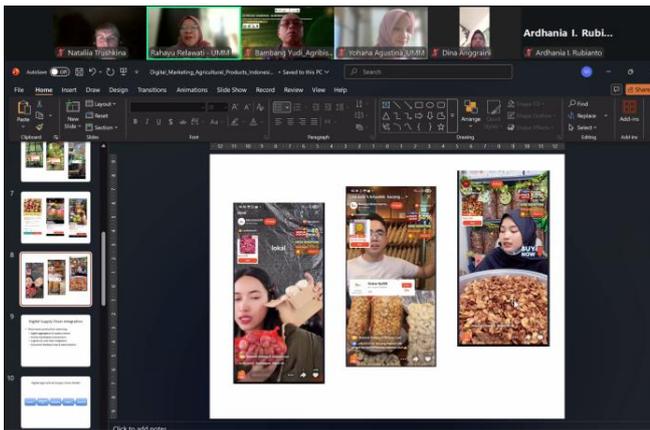
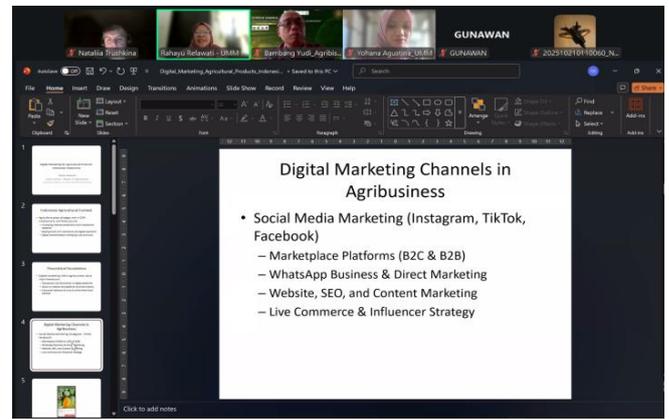
Модератором зустрічі виступила секретар магістерської програми з агробізнесу магістр природничих наук **Йохана Агустина (Yohana Agustina, S.P., M.Sc.)**, яка зазначила про необхідність проведення подібних заходів для формування глобального професійного мислення студентів і молодих вчених.

Змістовним продовженням офіційного відкриття став виступ професора, доктора **Рахаю Релаваті (Prof. Dr. Rahayu Relawati)**, лектора з агробізнесу Universitas Muhammadiyah Malang. У своїй доповіді вона окреслила сучасний стан і стратегічні напрями розвитку аграрного сектору Індонезії в умовах цифрової трансформації та зростання ролі сталого розвитку.

Професор Рахаю Релаваті акцентувала увагу на структурних особливостях індонезійського агробізнесу, зокрема на ролі малих і середніх фермерських господарств, трансформації ланцюгів постачання та поступовій інтеграції цифрових платформ у систему аграрної торгівлі. Вона підкреслила, що цифровізація відкриває нові можливості для розширення доступу виробників до внутрішніх і міжнародних ринків, однак водночас вимагає підвищення управлінських компетентностей та розвитку підприємницького мислення.

Особливий акцент було зроблено на ролі університетів як центрів формування інноваційної екосистеми агробізнесу, що поєднує освіту, науку та практику. На думку професора, саме інтеграція академічних знань, цифрових технологій і потреб реального сектору економіки забезпечує довгострокову стійкість аграрного розвитку.





Логічним продовженням обговорення стала гостьова лекція **Наталії Трушкіної** на тему **“Digital Marketing as a Strategic Tool for Promoting Agricultural Products”**. У виступі було представлено системне бачення цифрового маркетингу як стратегічного інструменту підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств у глобалізованому середовищі.

Під час лекції розглянуто глобальні трансформації агропродовольчих ринків, зростання сегментів із високою доданою вартістю, цифровізацію ланцюгів створення вартості – від «розумної» ферми до електронної комерції та блокчейн-рішень. Особливу увагу приділено ролі країн регіону ASEAN (Association of South East Asian Nations) у світових аграрних процесах, що створює підґрунтя для розширення міжрегіональної співпраці.

Важливою складовою лекції стало обґрунтування переходу цифрового маркетингу від інструментального до стратегічного рівня. Було розкрито значення CRM-систем як ядра data-driven стратегії, а також можливості застосування штучного інтелекту для прогнозування попиту, персоналізації пропозицій та оптимізації управлінських рішень в агробізнесі. Крім цього, представлено результати бібліометричного аналізу світових досліджень з цифрового маркетингу в аграрному секторі, що засвідчили зростання наукового інтересу до інтеграції цифрових технологій, сталого розвитку та стратегічного управління.

Таким чином, виступи професора **Рахаю Релаваті** та **Наталії Трушкіної** органічно доповнили один одного, сформувавши цілісне бачення трансформації сучасного агробізнесу – від національного контексту Індонезії до глобальних тенденцій цифрової економіки.

ДЦ ІПР АНУ GLOBAL TRANSFORMATIONS OF AGRICULTURAL MARKETS



The modern agricultural sector is experiencing not merely growth, but a profound **structural transformation**.

According to data from the Food and Agriculture Organization of the United Nations and the World Bank, the global agrifood market is demonstrating steady growth, while the most dynamic development is observed in **high value-added segments**, including food processing, organic products, functional foods, and branded food products.

ДЦ ІПР АНУ DIGITALIZATION OF VALUE CHAINS

One of the key features of contemporary agribusiness is the **digitalization of the entire value chain**, from the field to the final consumer.

Today, this includes:

- smart farming technologies;
- digital logistics;
- electronic commerce;
- blockchain-based solutions for product traceability.



According to the OECD, companies that integrate digital tools into their supply chains reduce transaction costs by an average of **12–18 percent** and significantly decrease logistical risks.

ДЦ ІПР АНУ CONCEPTUAL FOUNDATIONS OF DIGITAL MARKETING

Traditional marketing was oriented toward mass audiences and one-way communication.

Digital marketing, by contrast, is based on:

- Big Data;
- personalization;
- customer experience;
- continuous analysis of consumer behaviour.




ДЦ ІПР АНУ DIGITAL MARKETING IN AGRIBUSINESS

In the agricultural sector, digital marketing operates in several formats:

- **B2B** – exports, trading, long-term contracts;
- **B2C** – local brands and farm products;
- **B2G** – public procurement and food security.

Thus, digital marketing represents a **universal instrument**, adaptable to diverse market environments.



У завершальній частині заходу відбулася жвава дискусія, під час якої магістри поставили запитання щодо перспектив розвитку електронної комерції в агросекторі Індонезії, впровадження CRM-систем у малих і середніх підприємствах, а також можливостей реалізації спільних наукових проєктів між українськими та індонезійськими дослідниками.

Проведення гостьової лекції стало важливим кроком у зміцненні міжнародних академічних зв'язків, популяризації української економічної науки в країнах Південно-Східної Азії та розширенні співпраці між Науково-дослідним центром індустріальних проблем розвитку НАН України та Університету Мухаммадія Маланг.

Подібні ініціативи формують платформу для спільних досліджень, академічних обмінів, підготовки публікацій і розвитку міжкультурного наукового діалогу, що відповідає сучасним викликам глобальної цифрової трансформації агробізнесу.

