

## **СЕМАНТИКА ДОВІРИ: ЯК НАРАТИВИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЗМІНЮЮТЬ АГРАРНИЙ РИНОК УКРАЇНИ**

*Анна Бурковська, Ph.D.,  
доцент кафедри менеджменту, бізнесу та адміністрування  
Миколаївський національний аграрний університет*

Сучасний аграрний ринок дедалі більше виходить за межі традиційного розуміння як простору обміну товарами. Сьогодні це складна система взаємодії значень, у якій продукція оцінюється не лише за фізичними характеристиками, а й за тим смисловим контекстом, який її супроводжує. У цьому контексті особливого значення набуває семантичний підхід, що дозволяє розглядати ринок як поле комунікації, де ключову роль відіграють наративи - структуровані історії, через які виробники доносять цінності своєї продукції до споживача [1].

Результати поточного дослідження свідчать, що наративи сталого розвитку стають одним із центральних інструментів формування споживчого сприйняття. Ідеї екологічної безпечності, соціальної відповідальності та підтримки локальних громад трансформуються у символи та образи, які формують цілісне уявлення про продукт [2]. У цьому сенсі продукт перестає бути лише товаром, а стає носієм певної філософії. Споживач, обираючи таку продукцію, фактично ототожнює себе з відповідними цінностями, що підсилює емоційний зв'язок і підвищує рівень довіри.

Водночас український контекст додає цьому процесу особливої складності. З одного боку, ринок інтегрується у глобальний простір, де домінують європейські стандарти сталого розвитку та відповідні комунікаційні практики. З іншого боку, зберігається сильна орієнтація на локальну ідентичність, традиції та культурні коди [3]. У результаті формується унікальне поєднання глобальних і локальних наративів, яке визначає специфіку сприйняття продукції. Споживачі схильні більше довіряти тим повідомленням, які не лише відповідають загальноприйнятим екологічним трендам, але й резонують із національними смислами [1].

Однак вплив наративів сталого розвитку не є однозначно позитивним. Поточне дослідження показує, що зростання обізнаності споживачів призводить до підвищення рівня критичності. Ті самі семантичні маркери, які покликані сигналізувати про якість і відповідальність, можуть викликати сумніви та спонукати до перевірки достовірності інформації. У цьому контексті виникає ризик втрати довіри у разі невідповідності між декларованими цінностями та реальними практиками виробництва. Таким чином, наратив перестає бути лише інструментом просування, натомість він стає своєрідним зобов'язанням, яке виробник має підтверджувати.

Семантичний підхід дозволяє глибше зрозуміти ці процеси, адже він фокусується не на самому продукті, а на тих значеннях, які його оточують. Саме через аналіз мовних конструкцій, символів і візуальних образів можна виявити механізми формування довіри, лояльності та споживчих уподобань [2]. Це відкриває нові можливості для розробки ефективних маркетингових стратегій,

які враховують не лише економічні, а й культурні та психологічні аспекти поведінки споживачів.

Прогнозуючи розвиток аграрного ринку України крізь призму семантики довіри, можна очікувати подальше посилення ролі наративів сталого розвитку як ключового фактору конкурентоспроможності. У найближчій перспективі виробники дедалі активніше інтегруватимуть екологічні та соціальні смисли у свої бренди, формуючи комплексні комунікаційні стратегії, орієнтовані не лише на інформування, а й на емоційне залучення споживача [1]. Таким чином, подальший розвиток аграрного ринку України залежатиме від здатності суб'єктів господарювання інтегрувати семантичний підхід у стратегічне управління.

У підсумку, наративи сталого розвитку стають важливим чинником трансформації аграрного ринку України. Вони формують нові правила конкуренції, де вирішальним є не лише те, що виробляється, а й те, як про це розповідається. Успішними стають ті виробники, які здатні створювати узгоджені, автентичні та переконливі смислові конструкції, що відповідають очікуванням сучасного споживача. Саме в цьому полягає ключ до підвищення конкурентоспроможності, зміцнення довіри та забезпечення сталого розвитку аграрного сектору в умовах глобальних змін.

**Фінансування:** Тези доповідей сформовано на основі досліджень, отриманих під час виконання проєкту «Дослідження впливу наративів сталого розвитку на просування сільськогосподарської продукції на ринку України на основі застосування семантичного підходу до продовольчого маркетингу в контексті забезпечення продовольчої безпеки» №2025.05/0019, виконаного за рахунок коштів гранту Президента України, наданого Національним фондом досліджень України, у рамках Конкурсу на одержання грантів Президента України для підтримки наукових досліджень і розробок молодих вчених-докторів філософії/кандидатів наук (до 35 років включно).

**Подяка:** Автор висловлює вдячність Національному фонду досліджень України за фінансову підтримку цього дослідження.

#### ***Література:***

1. Burkovska A., Burkovska A. Semantic approach to food marketing: the influence of sustainable development narratives on the Ukrainian market. *Agricultural and Resource Economics*. 2025. 11(1), 317–347. <https://doi.org/10.51599/are.2025.11.01.12>.

2. Poltorak A., Burkovska A., Sukhorukova A., Lahno D., Mykhniuk O. Mechanisms of anti-crisis management of food security in Ukraine in the conditions of turbulence of the socio-economic environment and integration into European food markets. *Наукові інновації та передові технології*. 2026. № 3(55). С. 41-55. URL: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2026-3\(55\)-41-55](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2026-3(55)-41-55).

3. Poltorak A., Sukhorukova A., Burkovska A., Onyshchenko D. Conceptual principles of strategic management of post-war restoration of financial and economic security of Ukraine in the system of integration and scientific and technological changes. *Успіхи і досягнення у науці*. 2026. № 3(25). С. 575-589. URL: [https://doi.org/10.52058/3041-1254-2026-3\(25\)-574-588](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2026-3(25)-574-588).