

РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

ОЦІНКА ВИРОБНИЦТВА ОРГАНІЧНИХ ЯГІД В УКРАЇНІ

ASSESSMENT OF ORGANIC BERRIES PRODUCTION IN UKRAINE

УДК 332.3

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.45-3>**Бурляй А.П.**к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
Уманський національний
університет садівництва**Бурляй О.Л.**к.е.н., професор,
доцент кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності
Уманський національний
університет садівництва**Світовий О.М.**к.е.н., доцент кафедри публічного
управління та адміністрування
Уманський національний
університет садівництва**Burliai Alina**

Uman National University of Horticulture

Burliai Oleksandr

Uman National University of Horticulture

Svitovyi Oleksandr

Uman National University of Horticulture

Ринок ягід є важливою складовою продовольчого ринку України. Територія України за своїми ґрунтово-кліматичними умовами є сприятливою для вирощування ягід не лише для забезпечення власних потреб, але й для формування експортного потенціалу. Особливо ціниться ягідна продукція, що вирощується за органічною технологією виробництва. Нині ринок ягід не є оптимальним ні за структурою, ні за обсягами. Основними суб'єктами, що формують пропозицію ягід на ринку, є господарства населення, частка виробленої продукції яких складає 97%. Наслідками цього є високі затрати живої праці, нестабільність пропозиції, низька товарна якість ягід та невисока окупність їх виробництва. Висока ціна на продукцію приводить до того, що через низьку платоспроможність населення України попит на ягоди забезпечений лише на половину. Метою статті є оцінювання виробництва ягідної органічної продукції в Україні та факторів, що впливають на її зміну.

Ключові слова: ринок ягід, органічна продукція, пропозиція, витрати.

Ринок ягод является важной составляющей продовольственного рынка Украины.

Территория Украины по своим почвенно-климатическим условиям является благоприятной для выращивания ягод не только для обеспечения собственных нужд, но и для формирования экспортного потенциала. Особо ценится ягодная продукция, которая выращивается по органической технологии производства. Сейчас рынок ягод не является оптимальным ни по структуре, ни по объемам. Основными субъектами, которые формируют предложение ягод на рынке, являются хозяйства населения, доля производимой продукции которых составляет 97%. Следствиями этого являются высокие затраты живого труда, нестабильность предложения, низкое товарное качество ягод и невысокая окупаемость их производства. Высокая цена на продукцию приводит к тому, что из-за низкой платежеспособности населения Украины спрос на ягоды обеспечен только на половину. Целью статьи является оценивание производства ягодной органической продукции в Украине и факторов, влияющих на ее изменение.

Ключевые слова: рынок ягод, органическая продукция, предложение, расходы.

The berry market is an important part of the Ukrainian food market. A complete nutrition of the population is impossible without berry products. Berries provide the human body with vitamins and mineral compounds. Also, they have therapeutic properties and are valuable raw materials for the processing industry. The Ukrainian territory by its soil and climatic conditions is favorable for the cultivation of berries not only for the maintenance of own needs but also for the formation of the export potential. Berry crops are characterized by early ripening, high yields, fast-growing, high reproduction rates, technological capacity and the ability to mechanized harvesting, as well as providing a quick turnaround of capital and return on investment. The special demand is the berry production grown by the organic production technology. However, at this time, the berry market is not optimal either for the structure or for volumes. The berry supply in the market is formed by agricultural enterprises, households and import deliveries. A problem today is that the main entities forming berry supply in the market are households, accounting for about 97% of the output. The consequence is high labor costs, supply instability, poor quality of berries and low payback of their production. The high price of products leads to the fact that due to the low solvency of the Ukrainian population berry supply is provided only by half. The wholesale and retail trade is still under developed. There are no diverse areas of industrial processing, as well as the range of products is limited. An important direction in the development of the berry production market is the production of organic products. The market of organic berries in Ukraine grows by 2–3% annually and its volumes make up 200 thousand dollars or 180–190 thousand tons of berries. At the same time the area under organic berries in Europe is limited which creates additional opportunities for the development of the Ukrainian market of organic berry production. The purpose of the article is an analysis of the production of berry products produced by organic technology in Ukraine and factors influencing its change.

Key words: demand, market of berries, price, supply, organic products.

Постановка проблеми. Значення ягід в раціоні людини постійно зростає. Цьому сприяють властивості ягід, які неможливо повністю замінити за допомогою інших продуктів харчування. Вони є цінним дієтичним харчовим продуктом, джерелом органічних кислот, цукрів, дубильних, ароматичних речовин. Проте найбільше цінують ягоди за значний вміст вітамінів, що мають лікувальне значення. Нинішнє зростання попиту на ягоди пояснюється також загостренням екологічних проблем у світі, зростанням стресових ситуацій та темпу життя загалом. Саме тому спостерігається зростання попиту на ягоди, що вирощені за органіч-

ними технологіями виробництва, що є предметом нашого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незамінність ягід у раціоні людини спонукає вчених досліджувати проблеми функціонування ринку ягідної продукції на різних рівнях. Так, група вчених на чолі з П.В. Кондратенком у 2014 році досліджувала сучасний стан та перспективи розвитку ягідництва в Україні [1]. На їхню думку, найближчими роками площі під ягідними культурами істотно збільшуватимуться, а їх частка у промисловому виробництві зростатиме. Однак вони також відзначають негативні тенденції, що

стримують розвиток галузі в країні. Серед них варто відзначити переміщення виробництва ягідної продукції в особисті господарства населення (близько 70%), низькі темпи відтворення насаджень, дефіцит високоякісного садивного матеріалу сучасних вітчизняних сортів та складність процедури офіційного імпорту саджанців з іноземних держав, слабку розвиненість інфраструктури ринку ягід тощо.

Серед характерних недоліків ринку продукції садівництва України В.А. Рульєв у 2007 році відзначав недостатньо високу якість плодів, досить обмежений асортимент, дефіцит зручної для споживачів упаковки, високі регіональні коливання цін та обсяги реалізації продукції, занепад оптової торгівлі, обмежені кредитні ресурси, розширення реалізації продукції на стихійних ринках та автошляхах, повну відсутність вітчизняної реклами плодючої продукції [2].

Основними операторами на ринку ягідництва в Україні, згідно з дослідженнями С.В. Шерстюк, здійсненими у 2012 році, є сільськогосподарські підприємства, фермерські господарства, господарства населення й члени садівницьких кооперативів [3]. У зв'язку з тим, що продукція особистих господарств населення й садівницьких товариств фактично не оподатковується, вони мають значні конкурентні переваги перед сільськогосподарськими підприємствами, що є однією з причин згортання промислового садівництва в Україні.

Формування та функціонування ринку садівництва неможливі без створення ефективного організаційно-економічного механізму, основними елементами якого Л.О. Мармуль (2006 рік) вважає спеціалізацію та концентрацію виробництва, устрій садівницьких ферм, маркетингову діяльність та дослідження [4]. Крім цього, автор зазначає, що під час формування ринку ягідництва важлива роль відводиться економічному механізму державної підтримки, що полягає в підтримці зростаючого попиту на продукцію ягідництва; стимулюванню стабільного розвитку галузі на основі законодавчих нормативних актів; удосконаленні інноваційної, цінової, кредитної й страхової політики та експортно-імпортного режиму.

Заслужують на увагу дослідження І.А. Сало (2016 рік), яка зазначає, що для повноцінного задоволення потреб споживачів плодами та ягодами протягом усього року необхідно здійснювати відповідне законодавче регулювання щодо створення обслуговуючих кооперативів, які б здійснювали оптову закупівлю продукції у населення в період масового плодоношення та за домовленістю й надалі реалізовували через оптову чи роздрібну мережу [5]. Це дало б змогу легалізувати товаропотоки плодів та ягід, контролювати їх надходження на ринок відповідної якості шляхом запровадження сортування та пакування, сприяло

би прозорому формуванню цін та зростанню доходів населення.

Важливим напрямом розвитку ринку ягідництва є виробництво продукції за органічними технологіями. Ринок органічних ягід в Україні зростає на 2-3% щорічно, а його обсяги становлять 200 тис. дол., або 180-190 тис. т ягід [6]. Як зазначають автори, площі під органічними ягідниками в Європі вже лімітовані, що створює додаткові можливості для розвитку українського ринку органічної продукції ягідництва.

Зарубіжні вчені також приділяють значну увагу функціонуванню ринку ягідної продукції. Основними факторами, що впливають на його розвиток, є впровадження інноваційних технологій та підвищений споживчий попит на ягоди. Також група американських вчених, таких як Л. Турт, М. Болда, К. Клонські (2016 рік), відзначають важливість розвитку органічного сектору в ягідництві [7]. Проте, як правильно підкреслюють італійські вчені С. Піно, С. Будіно, Н. Текко та В. Джирдженті у 2015 році, ринок ягідної продукції залежить від використання екологічних брендів та застосування методів «зеленого маркетингу» [8].

Аналіз літературних джерел з цієї тематики свідчить про актуальність теми дослідження не лише на ринку України, але й за її межами.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз виробництва ягідної продукції, виробленої за органічною технологією в Україні, та вивчення основних факторів, що впливають на її зміну.

Теоретичною та методологічною основою досліджень є сучасна економічна теорія, системний підхід до вивчення економіко-організаційних аспектів розвитку промислового садівництва, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених щодо функціонування ринку ягідництва.

Інформаційною базою дослідження стали матеріали Державного комітету статистики України та областей, матеріали первинного обліку та річні звіти садівницьких господарств, результати соціологічних опитувань, особисті дослідження автора.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ринок ягідної продукції в Україні має великий потенціал для розвитку як за рахунок внутрішнього попиту, так і за можливістю розширення експортних поставок. Проте сьогодні він перебуває на стадії формування, тому попит та пропозиція є незбалансованими. Рівень споживання ягід значною мірою визначається розміром сукупних доходів населення. Низький платоспроможний попит українців є однією з найголовніших причин обмеженої місткості внутрішнього ринку. Жодна категорія населення в Україні, розподіленого за рівнем доходів, не досягає планки оптимального споживання ягід, що становить 4 кг, в кращому разі відповідаючи показнику 1,8 кг. Більшість споживачів змушена зупинитися на позначках

0,8-1,6 кг [9]. Поточний обсяг виробництва фруктів та ягід в Україні дуже низький порівняно з країнами з розвиненим садівництвом. Навіть за найвищого валового врожаю продукція садівництва на душу населення становила близько 50 кг, тоді як у США виробництво фруктів та ягід становить 100 кг, в Австрії – 134 кг, а в Голландії – 149 кг. Останніми роками виробництво фруктів та ягід в Україні незначно зростало, проте у 2015 році воно становило лише 52,3 кг на душу населення, що на 36% менше, ніж показники споживання фруктів та ягід згідно з даними Міністерства охорони здоров'я України [10].

Основними виробниками ягід в Україні за останній період є сільськогосподарські підприємства та господарства населення. Також слід враховувати обсяг ягід, який надходить в Україну з інших країн, тобто розмір імпорту (табл. 1).

Дані табл. 1 дають змогу зробити висновок, що основними постачальниками ягідної продукції на ринку України є господарства населення, частка яких у загальному виробництві ягід становить від 96% у 2001 році до 89% у 2017 році. Звісно, зосередження ягідного виробництва в особистих господарствах населення не є прогресивним явищем, проте за умови кризової ситуації в Україні саме за допомогою приватного ягідництва вирішується значна частина наявних проблем. Господарства населення сприяють забезпеченню населення ягодами, які, на думку вітчизняних споживачів, є більш якісними, ніж ягоди промислового виробництва, оскільки містять менше залишків шкідливих для людського організму хімічних речовин. Також таке виробництво є менш залежним від подорожчання енергоносіїв та інших матеріально-технічних ресурсів, бо в них переважає ручна праця, яка не враховується під час визначення доцільності й ефективності їх господарської діяльності. Реалізація ягід забезпечує населенню певний додатковий дохід, що досить важливо за його низького платоспроможного попиту.

Водночас необхідно підкреслити думку І.А. Сало (2016 рік) про те, що ягоди, вирощені господарствами населення, на ринку вважаються

неконкурентоспроможними в рамках угод СОТ та ЄС [5]. У промислових підприємствах можна впровадити належний контроль за якістю на всіх етапах виробництва, переробки та збуту, а в господарствах населення це зробити практично неможливо. Навіть якщо вироблена продукція відповідає вимогам щодо її якісних показників, то відсутній механізм контролю якості, насамперед ускладнений наявністю великої кількості виробників. Це є, звичайно, негативним чинником, проте господарства населення займають свою нішу на вітчизняному ринку ягід і суттєво впливають на формування пропозиції, попиту та цінову ситуацію.

Основними чинниками, що впливають на обсяг пропозиції ягід сільськогосподарськими підприємствами та господарствами населення, є розміри площ під плодоносними насадженнями та їх урожайність. Останніми роками спостерігаються незначне зростання площ ягідних насаджень у сільськогосподарських підприємствах ($y = 0,2x + 3,3857$) та зниження в господарствах населення ($y = -0,225x + 16,629$), що представлене на рис. 1. Проте загальна площа насаджень майже не зазнала змін.

Щодо структури насаджень, то проведені дослідження показують, що у 2017 році 39% усіх ягідних насаджень займали площі під суницею, по 25% займали посадки малини та смородини, а по 5,5% припадали на агрус і лошину.

Стосовно урожайності ягідних культур, то слід відзначити парадоксальну ситуацію, яка склалась в Україні: урожайність ягід у дрібних господарствах населення, незважаючи на практичну відсутність інтенсифікації, майже втричі переважає урожайність в підприємствах, що займаються промисловим садівництвом (рис. 2).

Отже, одним із факторів, що прямо впливатиме на збільшення пропозиції ягідної продукції в Україні, буде підвищення продуктивності ягідних насаджень на промисловій основі інтенсивного типу. Також в Україні збільшення виробництва ягід стримують дефіцит високоякісного садивного матеріалу сучасних вітчизняних сортів і складність

Таблиця 1

Обсяги пропозиції на ринку ягід в Україні (тис. т)

Рік	Пропозиція ягідної продукції сільськогосподарськими підприємствами (S1)	Пропозиція ягідної продукції господарствами населення (S2)	Пропозиція ягідної продукції за рахунок імпорту (Simport)	Обсяг пропозиції на ринку ягід (S)
2011	7,5	112,0	61,1	180,6
2012	8,3	116,2	5,3	129,8
2013	10,5	125,9	5,8	142,2
2014	11,1	121,8	34,3	167,2
2015	12,0	118,0	3,6	133,6
2016	12,6	115,1	53,6	181,3
2017	14,3	112,5	44,3	171,1

Джерело: розраховано авторами за даними [11]



Рис. 1. Тенденції зміни площ під ягідниками в Україні, тис. га

Джерело: розраховано авторами за даними [11]

процедури офіційного імпорту саджанців з іноземних держав. Сьогодні є лише декілька промислових розсадників, що можуть вирощувати садивний матеріал високої якості, тому потреби виробників нашої країни тільки на 30% забезпечені вітчизняними саджанцями [1].

Важливим напрямом розвитку ринку ягід в Україні є вирощування ягідної продукції за органічними технологіями. Офіційна статистика стосовно органічної аграрної та харчової продукції в Україні відсутня, але, згідно з твердженням експертів, українські виробники органічних ягід зараз експортують практично весь урожай, адже всередині країни попит на нього відсутній (табл. 2).

Дані табл. 2 показують поширення виробництва органічної ягідної продукції по території України. Серед областей країни це виробництво найбільш поширене навколо столиці та великих міст,

що пов'язано з близьким розташуванням до споживачів органічних ягід.

Важливо, що на експорт в ЄС органічної продукції встановлені нульові ставки мита, на органічну продукцію не поширюється квотування, отже, основною перешкодою експорту вітчизняної органічної ягідної продукції до ЄС є регулятивні бар'єри.

Близько 80% органічної ягідної продукції вирощується населенням і дрібними господарствами. Значну частину цих господарств складають учасники проектів зі впровадження органічного ягідництва в Україні, що співпрацюють з іноземними компаніями, насамперед з компаніями з Німеччини. В Україні сертифіковані такі види органічних ягідних культур, як малина, ожина, суниця, полуниця, чорниця, брусниця, журавлина, калина, кизил, чорноплідна горобина (аронія), бузина;



Рис. 2. Динаміка урожайності ягідних культур в Україні, т з 1 га

Джерело: розраховано авторами за даними [11]

Показники виробництва органічних ягід в Україні, 2018 рік

Область	Сертифіковані площі угідь під органічним ягідництвом, га	Кількість операторів, що займаються органічним вирощуванням ягідної продукції, шт.	Валове виробництво, т:	
			малини	суниці
Вінницька	61,0	14	474 520	18 520
Волинська	48,8	7	–	133 080
Дніпропетровська	51,8	6	99 033	8 000
Донецька	–	1	–	–
Житомирська	64,1	8	136 975	174 930
Закарпатська	13,5	3	30 700	–
Запорізька	–	–	–	–
Івано-Франківська	15,1	1	70 000	–
Київська	328,3	28	751 709	253 372
Кропивницька	3,4	2	20 400	–
Луганська	–	–	–	–
Львівська	25,5	5	189 480	–
Миколаївська	32,0	1	–	–
Одеська	50,0	1	–	–
Полтавська	21,8	4	26 504	–
Рівненська	32,7	4	260 000	90 240
Сумська	13,5	3	73 500	–
Тернопільська	1,1	1	13 200	–
Харківська	36,6	9	109 160	2 000
Херсонська	4,4	1	–	–
Хмельницька	4,5	2	13 503	–
Черкаська	38,2	4	294 877	–
Чернівецька	–	–	–	–
Чернігівська	18,9	5	192 500	–
АР Крим	–	–	–	–

свіжі, сушені, морожені ягоди та перероблена ягідна продукція (джеми, сиропи, соки, консервовані ягоди тощо). Органічна ягода може зберегти товарний вигляд обмежений термін, тому практично єдиним варіантом продажу органічної ягоди за кордон є її замороження за відповідною технологією. Таке обладнання є нерентабельним для фермерів, які вирощують ягоди на невеликих ділянках землі (до 50 га). Для вирішення цієї проблеми в Європі фермери об'єднуються в кооперативи. Вітчизняний ринок органічної ягідної продукції в Україні перебуває на стадії формування, тому в майбутньому може бути вагомою частиною пропозиції ягідної продукції.

В процесі нашого дослідження у 2018 році на базі Уманського НУС були закладені засади виробництва органічної суниці, результати яких підтверджують попередні висновки, зроблені за іншими сільськогосподарськими культурами. Отже, витрати на виробництво суниці садової на основі органічної технології є нижчими, ніж за аналогічного виробництва за допомогою традиційної технології, більш ніж на 20% в розрахунку на 1 га посадкової площі.

В структурі прямих витрат під час вирощування органічної суниці переважають витрати, пов'язані з використанням механічної та ручної праці під час

оброблення ґрунту, проведення обрізки, збирання врожаю (рис. 3).

Одночасно зменшуються витрати на придбання та застосування засобів захисту рослин та добрив, що стало вагомою статтею економії.

Важливо підкреслити, що під час виробництва органічної продукції рослинництва, зокрема суниці, для захисту рослин рекомендується використовувати агротехнічні, біологічні, механічні та фізичні методи.

Загалом органічне виробництво стрімко розвивається у світі та впевнено займає свою нішу поряд із продукцією, вирощеною за традиційними технологіями.

Висновки з проведеного дослідження. Органічне сільське господарство – це цілісний та системний підхід, заснований на низці процесів, що забезпечують сталий розвиток екосистем, безпечні продукти харчування, хороше живлення рослин, благополуччя тварин та соціальну справедливість. Органічне ягідництво – органічне виробництво, пов'язане з вирощуванням та заготівлею ягідних культур із дотриманням вимог законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції. На розширення пропозиції органічних ягід в Україні позитивно впливатимуть зростання попиту;

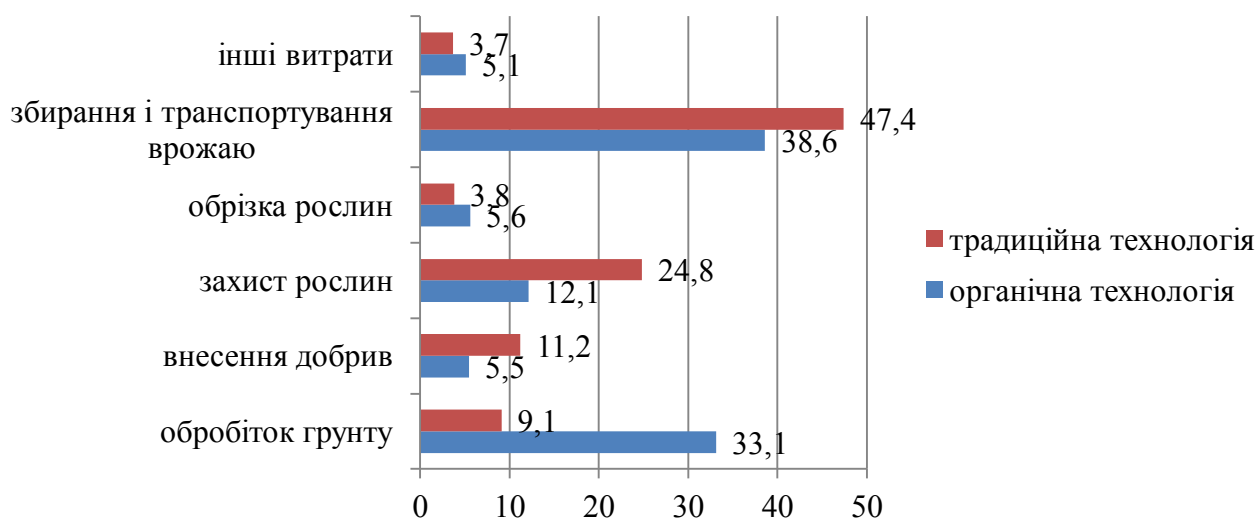


Рис. 3. Структура прямих витрат під час виробництва суниці садової за традиційною та органічною технологіями

Джерело: авторська розробка

конкурентні переваги цієї галузі за її межами, що полягають у сприятливих кліматичних умовах для виробництва; близькості до ринків ЄС; високій якості продукції, конкурентних цінах, а також дешевій робочій силі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кондратенко П.В., Шевчук Л.М., Барабаш Л.О. Ягідництво України – стан і перспективи розвитку. *Садівництво*. 2014. Вип. 68. С. 103-110.
2. Рудьєв В.А. Конкурентоспроможність плодів і ягід: монографія. Мелітополь: Видавничий будинок ММД, 2007.
3. Шерстюк С.В. Особливості формування та розвитку маркетингової стратегії ринку плодоягідної продукції. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Гжицького*. 2012. Т. 14. № 1 (2). С. 361-368.
4. Мармуль Л.О., Волович С.В. Формування організаційно-економічного механізму ринку продукції садівництва. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2006. С. 3-15.
5. Сало І.А. Розвиток вітчизняного ринку плодів і ягід в умовах глобалізації. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 11. С. 101-107.
6. Мармуль Л.О., Новак Н.П. Розвиток органічного виробництва в Україні на засадах кооперації. *Економіка АПК*. 2016. № 9. С. 26-32.
7. Tourte L., Bolda M., Klonsky K. The evolving fresh market berry industry in Santa Cruz and Monterey counties. *Calif Agr*. 2016. № 70(3). P. 107-115. URL: <https://doi.org/10.3733/ca.2016a0001>.
8. Peano C., Baudino C., Tecco N., Girgenti V. Green marketing tools for fruit growers associated groups: application of the Life Cycle Assessment (LCA) for strawberries and berry fruits ecobranding in northern Italy. *Journal of Cleaner Production*. 2015. № 104. P. 59-67. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.04.087>.
9. Мамалига С., Марчук І. Проблеми маркетингової політики ціноутворення в галузі ягід-

ництва. *Збірник наукових праць ВНАУ*. 2011. Вип. 2 (53). С. 103-108.

10. Karpenko V., Burliai O., Burliai A., Mostovyak M. Ukrainian gardening market trends under globalization. *Економічний часопис – XXI*. 2016. № 161. С. 51-55.

11. Сільське господарство України за 2018 рік: статистичний збірник. Київ: Державна служба статистики, 2019. 235 с.

REFERENCES:

1. Kondratenko P.V., Shevchuk L.M., Barabash L.O. (2014) Yahidnystvo Ukrainy – stan i perspektyvy rozvytku [Berry production of Ukraine – state and prospects of development]. *Gardening*, vol. 68, pp. 103-110.
2. Ruliev V.A. (2007) Konkurentospromozhnist' plodiv i yagid: monogr. [Competitiveness of fruit and berries: monograph]. Melitopol: LLC Publishing House MMD.
3. Sherstiuks S.V. (2012) Osoblyvosti formuvannia ta rozvytku marketynhovoi stratehii rynku plodoiahidnoi produktsii [Features of formation and development of marketing strategy of the market of fruit and berry products]. *Scientific herald of the Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnology*, vol. 14 (1-2), pp. 361-368.
4. Marmul L.O., Volovych S.V. (2006) Formuvannia orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu rynku produktsii sadivnytstva [Formation of organizational and economic mechanism of the market of gardening products]. *Bulletin of Agrarian Science of the Black Sea Region*, pp. 3-15.
5. Salo I.A. (2016) Rozvytok vitchyznianoho rynku plodiv i yagid v umovakh hlobalizatsii [Development of the domestic market of fruits and berries in the conditions of globalization]. *Black Sea Economic Studies*, vol. 11, pp. 101-107.
6. Marmul L.O., Novak N.P. (2016) Rozvytok orhanichnoho vyrobnytstva v Ukraini na zasadakh kooperatsii [Development of organic production in Ukraine on the basis of cooperation]. *Economy of Agroindustrial Complex*, no. 9, pp. 26-32.

7. Tourte L., Bolda M., Klonsky K. (2016) The evolving fresh market berry industry in Santa Cruz and Monterey counties. *Calif Agr.* 70 (3). 107-115. <https://doi.org/10.3733/ca.2016a0001>.

8. Peano C., Baudino C., Tecco N., Girgenti V. (2015) Green marketing tools for fruit growers associated groups: application of the Life Cycle Assessment (LCA) for strawberries and berry fruits ecobranding in northern Italy. *Journal of Cleaner Production* 104: 59-67. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.04.087>.

9. Mamalyga S., Marchuk I. (2011) Problemy marketynhovoї polityky tsinoutvorennia v haluzi yahidnytstva [Problems of marketing pricing policy in berry production]. *Collection of scientific works of VNAU*, vol. 2 (53), pp. 103-108.

10. Karpenko V., Burliai O., Burliai A., Mostoviyak M. (2016). Ukrainian gardening market trends under globalization. *Economic Newsletter – XXI*, no. 161, pp. 51-55.

11. Statystychnyi zbirnyk "Sil'ske hospodarstvo Ukrainy 2018 rik" [Statistical collection "Agriculture of Ukraine 2018"] State Statistics Service of Ukraine. Kyiv, 2019.