

## ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

DOI: <https://doi.org/10.32689/2523-4536/62-1>

УДК 339.13(4/9):634.7

**Самойлик Ю. В.**

доктор економічних наук, професор,  
Полтавський державний аграрний університет

**Кулик О. С.**

здобувач ступеня вищої освіти «Магістр»,  
Полтавський державний аграрний університет

**Балана О. О.**

здобувач ступеня вищої освіти «Магістр»,  
Полтавський державний аграрний університет

**Samoilyk Iuliia**

Doctor of Economic Science, Professor,  
Poltava State Agrarian University

**Kulyk Olha**

Master's student,  
Poltava State Agrarian University

**Balana Oleg**

Master's student,  
Poltava State Agrarian University

### СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ЯГІДНОГО НАПРЯМУ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ: ЕКОНОМІЧНІ, ЕКОЛОГІЧНІ, МАРКЕТИНГОВІ ТРЕНДИ

### THE DEVELOPMENT STRATEGY OF THE AGRICULTURAL BUSINESS BERRIES DIRECTION: ECONOMIC, ENVIRONMENTAL, MARKETING TRENDS

*У роботі набули подальшого розвитку підходи щодо обґрунтування напрямів формування стратегії розвитку ягідного бізнесу. Розглянуто світові тенденції виробництва плодово-ягідної продукції. Виявлено, що збільшення обсягів виробництва фруктів і ягід середньоконтинентального клімату насамперед пов'язане із інтенсифікацією галузі і як наслідок підвищенням рівня урожайності. Обґрунтовано, що Україна має значний потенціал щодо розвитку ягідництва. Запропоновано три основні складові стратегічного розвитку галузі: економічний (поступовий перехід від дрібного виробництва до більш масштабного, відведення більших площ під садівництво ягідних культур у великих інтегрованих підприємства; розвиток сільськогосподарської кооперації та експортного потенціалу; диверсифікація виробництва; автоматизація виробничих процесів); маркетинговий (вирощування нішевих ягідних культур у промисловому масштабі; пропаганда здорового харчування та споживання ягід цілий рік, а не тільки в сезон; використання різних каналів маркетингових комунікацій; розвиток системи продажів через маркетплейси; збільшення терміну реалізації продукції); екологічний (удосконалення технологій виробництва та переробки ягід; розвиток органічного напрямку в ягідництві; сертифікація продукції).*

**Ключові слова:** стратегія, ягідний аграрний бізнес, світові тренди, економіка, маркетинг, екологія.

*Approaches to substantiate the directions of the berry business development strategy formation have been further developed in the paper. It has been substantiated that the set of economic conditions associated with the uncertainty of the external environment has a destructive effect on the agricultural sector of the economy, in particular on the strategic development of both the industry as a whole and individual entities. The world tendencies of fruit and berry products production have been considered. It has been found that among the fruits and berries of the*

*mid-continental climate, the most popular in the world are grapes and watermelons. The increase in the production of fruits and berries in the continental climate is primarily due to the intensification of the industry and as a result increased yields. The largest producers of berries in the world are China, India, Brazil, USA. Among European countries, the leading position in this business area is occupied by Spain. Ukraine has a significant potential for the development of berry growing, and in recent years there have been positive trends in yield growth, production of fresh and frozen berries and its exports. Taking into account the potential of the industry, the results achieved and global trends in the berry business, it is advisable to identify three main components of strategic development: economic: (a gradual transition from small-scale production to larger; allocation of large areas for gardening berry crops in large integrated enterprises; development of agricultural cooperation in the fruit and berry complex; development of export potential; diversification of production; automation of production processes); marketing (growing niche berry crops on an industrial scale, such as sea buckthorn, dogwood, elderberry, viburnum; promotion of healthy eating and consumption of berries throughout the year, not just in season; use of various channels of marketing communications, in particular SMM-marketing; development of the sales system through marketplaces; increasing the life of products); ecological (improvement of technologies of production and processing of berries; development of organic direction in berry growing; product certification). The combination of these strategic directions will allow obtaining a synergistic effect in the industry and ensuring its competitiveness.*

**Keywords:** strategy, berry agrarian business, world trends, economy, marketing, ecology.

**Постановка проблеми.** Аграрний бізнес являє собою складну систему взаємовідносин між значною кількістю зацікавлених осіб (стейкхолдерів), що постійно відбуваються в умовах ризику. У сучасних умовах над кліматичними ризиками суттєво домінують господарські. Для боротьби із непередбачуваними кліматичними змінами нині застосовується страхування врожаїв. Цей фінансовий інструмент лише починає набувати популярності, при цьому, свідчить про свою ефективність. Крім того, розвиток агротехнологій посприяв винайденню нових сортів та гібридів сільськогосподарських рослин, стійких до негативних кліматичних впливів, таких як посуха, коливання температур, заморозки тощо. Разом з тим, сукупність економічних умов, пов'язаних із невизначеністю зовнішнього середовища, деструктивно впливають на аграрний сектор економіки, зокрема на стратегічний розвиток як галузі в цілому, так і окремих суб'єктів. У таких перманентних умовах все більшого значення набуває диверсифікація виробництва, оскільки залежність від однієї або двох видів продукції зумовлює ризики отримання збитків, втрати конкурентних позицій, а також обмежує перспективи стратегічного розвитку. Такі проблеми наразі насамперед характерні для аграрного бізнесу, оскільки значна кількість виробників зосереджують свої зусилля на вирощуванні кукурудзи на зерно, соняшнику та пшениці, не використовуючи при цьому потенціал галузі на максимальному можливому рівні.

Перспективним напрямом аграрного бізнесу є ягідництво. У сільськогосподарських підприємствах та їх об'єднаннях цій галузі наразі відводиться другорядна роль. Значна частина ягід вирощується у господарствах населення, які здебільшого використовують ручну працю. За таких умов ефект масштабу виробництва в ягідництві не про-

являється, що зумовлює високу собівартість кінцевої продукції та її низький рівень конкурентоспроможності як на національному, так і міжнародному рівні. Разом з тим, на ринку України успішно функціонують представники даної сфери, діяльність яких свідчить про перспективність ягідництва. Таким чином, окреслення стратегії розвитку ягідного напрямку аграрного бізнесу в контексті сучасних економічних, маркетингових та екологічних трендів дозволить визначити місце та перспективи функціонування цієї галузі як у формі спеціалізованих підприємств, так і як частина багатогалузевих інтегрованих аграрних об'єднань, що і визначає актуальність проведення дослідження в даному напрямі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання стратегічного розвитку ягідного напрямку аграрного бізнесу привертає увагу низки науковців, зокрема таких, як: Галат Л.М., Духницький Б.В., Карасьова Н.А., Колокольчикова І.В., Кернасюк Ю.В., Ю.О. Нікітенко, Б.І. Мельничук, Писаренко В.В., Савенко Г.Є., Сало І.А., Черевко Д. Г. [1–6; 8; 11] та ін. Науковці підкреслюють перспективи українських товаровиробників на світовому ринку ягід з огляду на зростання обсягів та культури споживання, зумовлених домінуванням трендів про здорове харчування та екологічне виробництво.

Так, вагомість ягідництва для національного та світового аграрного бізнесу підкреслено в дослідженнях Л.М. Галат, яка зазначає, що «стрімке зростання об'ємів ягідного ринку відбувається під дією низки факторів, а саме збільшення кількості людей, перевагами яких є здорове харчування і відповідно збільшення споживання свіжих ягід; розвиток різноманітних практик вегетаріанства в якому широко використовуються ягоди; зростання доходів населення у провідних країнах, які можуть купувати дорогі продукти, до набору яких

відносяться і окремі ягоди, перш за все органічні; широке використання через технологічні зручності ягід як наповнювачів у харчовій промисловості; пошук нових креативних, модних страв та продуктів де компонентами смаку чи дизайну є ягоди; світовий ринок ягід стає складним, більш конкурентним, навіть глобальним, що вимагає підвищення якості та безпеки продукції, збільшення її різноманіття» [1].

Такої ж думки дотримується І.В. Колокольчикова: «споживання плодово-ягідної продукції у світі з кожним роком збільшується, це обґрунтовується різними причинами, серед яких – зміни вподобань споживачів, бажання останніх вести здоровий спосіб життя, культура споживання продукції» [2, с. 26]. Черевко Д. підкреслює, що «ягідництво сьогодні є досить перспективним бізнесом, оскільки розвивається завдяки збільшенню світового споживання ягід, при цьому попит наразі перевищує пропозицію» [8, с. 82]. Поділяючи позиції науковців щодо перспективності розвитку ягідного напрямку аграрного бізнесу на внутрішньому та зовнішньому ринках, варто вказати на необхідність проведення додаткових досліджень у напрямі формування стратегії розвитку ягідного бізнесу з урахуванням сучасних економічних, екологічних, маркетингових трендів.

**Мета статті** полягає в обґрунтуванні стратегічних напрямів розвитку ягідного бізнесу з урахуванням світових економічних, екологіч-

них, маркетингових трендів; виявлення головних пріоритетів у ягідництві для підвищення ефективності виробництва та рівня конкурентоспроможності національних суб'єктів ринку.

**Виклад основного матеріалу.** Ягідництво є перспективним напрямом розвитку аграрного бізнесу як в Україні так і у всьому світі. Цей продукт є популярним за рахунок корисних властивостей. В умовах збільшення чисельності населення та, відповідно, зростання потреб у продуктах харчування з одного боку, та удосконалення агротехнологій з іншого боку, все більшого значення набуває утримання балансу між обсягами споживання та якістю продуктів. Тренди здорового харчування, які стають все більш популярними, диктують нові умови конкуренції на аграрному ринку. За таких умов ягідництво стає все більш популярним. Серед фруктів і ягід середньоконтинентального клімату найбільш популярним у світі є виноград. Так, у 2019 р. площа його насаджень у всьому світі становила 6926 тис. га, що серед розглянутих культур складало 35,2%. Однак, порівняно із 2015 р. площа, зайнята під виноградом зменшилась на 178,4 тис. га, або на 2,5% (табл. 1).

Виноград є популярним насамперед за рахунок його винних сортів, що використовуються для подальшого виробництва різних вин. Крім того, смакові властивості винограду формують попит на цю ягоду майже у всіх країнах світу. На другому місці за площами посіву у світі знаходяться яблуневі

Таблиця 1

Динаміка площ вирощування плодів і ягід середньоконтинентального клімату у світі, тис. га

Види фруктів, ягід	Площа, га				2019 р.		Відхилення, 2019 р. від 2015 р.	
	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	площа	питома вага, %	абсол., +, -	відносне, %
Яблука	5177491	4865350	4620530	4645405	4717384	24,0	-460107	-8,9
Абрикоси	562122	540811	560416	546800	561750	2,9	-372	-0,1
Ягоди нес	120427	127444	125439	122948	128526	0,7	8099	6,7
Лохина	94728	102586	103959	112774	119472	0,6	24744	26,1
Черешня	411908	420508	422789	425037	443771	2,3	31863	7,7
Вишня	209614	215663	207747	222538	224237	1,1	14623	7,0
Журавлина	39383	41163	40190	39249	41383	0,2	2000	5,1
Агрус	29554	29421	27331	14396	14943	0,1	-14611	-49,4
Виноград	7104330	6899088	6831645	6865979	6925972	35,2	-178358	-2,5
Персик та нектарин	1631510	1592266	1523705	1528249	1527052	7,8	-104458	-6,4
Груша	1582981	1408291	1352320	1382975	1379387	7,0	-203594	-12,9
Малина	101203	114840	119088	126114	127578	0,6	26375	26,1
Полуниця	377112	366475	371031	394659	396401	2,0	19289	5,1
Кавун	3176757	3204695	3109281	3120446	3084217	15,7	-92540	-2,9
Смородина	114431	115079	113593	136055	141115	0,7	26684	23,3
Всього	20619120	19928601	19415471	19547569	19692073	100,0	-927047	-4,5

Джерело: узагальнено автором за [9]

сади – 4717,4 тис. га у 2019 р., що складало 24% від загальної площі досліджуваних фруктових і ягідних культур, при цьому, порівняно із 2015 р., площа яблуневих садів зменшилась на 460,1 тис. га, або на 8,9%. Значними є площі насадження кавуна – 3084,2 тис. га (15,7% у 2019 р.), порівняно із 2015 р. цей показник зменшився на 2,9%. Кавун є популярним у всьому світі, втім для виробників досить проблематичними є питання транспортної логістики насамперед через габаритні розміри, що суттєво знижує потенціал розвитку цього виробничого напрямку. Досить популярними є персик, нектарин та груша, їх площі насадження у 2019 р. відповідно становили 1527 тис. га (7,8%) та 1379,4 тис. га (7%), однак, порівняно із 2015 р. ці показники також зменшились – відповідно на 6,4% та 12,9%.

У відсотковому значенні найбільше збільшились площі лохини – на 26,1%, малини – на 26,1%, смородини – на 23,3%, однак, їх площі є незначними порівняно з іншими культурами – відповідно 119,5 тис. га (0,6%), 127,6 тис. га (0,6%), 141,1 тис. га (0,7%). Площа вирощування ягід нес, які включають ожину, логанберрі, шовковицю білу та червону, мирту, чорницю, складає 128,5 тис. га, або 1,1%. У цілому площа ягід середньоконтинентального клімату у світі протягом 2015–2019 рр. зменшилась на 927 тис. га, або на 4,5%, і становила у 2019 р. 19692 тис. га.

Не зважаючи на скорочення площ вирощування основних ягідних культур середньоконтинентального клімату, здебільшого спостері-

гається збільшення обсягів виробництва ягід (табл. 2).

Обсяг виробництва винограду становив у 2019 р. 77137 тис. тонн, що майже відповідає показникам 2015–2017 рр. Найбільші обсяги виробництва винограду спостерігались у 2018 р. – 80048 тис. тонн. Також значним був урожай кавунів – 100415 тис. тонн у 2019 р., що відповідає показникам минулих років. Виробництво яблук збільшилось на 5,9% і становило у 2019 р. 87236 тис. тонн, збільшилось також виробництво смородини – на 3,4% і становило у 2019 р. 647815 тис. тонн. Удвічі зменшилось виробництво агрусу, що насамперед пов'язано із зменшенням площі вирощування цієї культури.

Отже, збільшення обсягів виробництва фруктів і ягід середньоконтинентального клімату насамперед пов'язане із інтенсифікацією галузі і як наслідок підвищенням рівня урожайності (табл. 3).

Найбільш суттєво підвищилась урожайність лохини – на 20,9% і становила у 2019 р. 6891,4 тонн/га; яблук – на 16,2% (18492,5 тонн/га у 2019 р.), персика та нектарина – а 15,1% (16854,6 тонн/га у 2019 р.). Також суттєве підвищення урожайності спостерігається ягід нес, черешні, груші. Знизилась урожайність смородини – на 16,2% і становила у 2019 р. 4590,7 тонн/га, а також агрусу – на 5,8%.

Найбільшими виробниками ягід у світі є Китай, Індія, Бразилія, США, що є цілком обґрунтованим, враховуючи розміри

Таблиця 2

**Динаміка обсягів виробництва плодів і ягід  
середньоконтинентального клімату у світі, тис. тонн**

Види фруктів, ягід	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Відхилення, 2019 р. від 2015 р.	
						абсол., +, -	відносне, %
Яблука	82409	85008	83136	85824	87236	4827	5,9
Абрикоси	3945	4186	4796	3901	4084	139	3,5
Ягоди нес	774	883	891	907	923	148	19,2
Лохина	540	623	609	666	823	283	52,4
Черешня	2247	2329	2455	2568	2596	349	15,5
Вишня	1343	1405	1187	1582	1412	69	5,1
Журавлина	643	750	630	717	688	45	6,9
Агрус	168	170	161	77	80	-88	-52,4
Виноград	76526	74412	73535	80048	77137	611	0,8
Персик та нектарин	23899	23991	24553	24902	25738	1839	7,7
Груша	24367	23218	23830	23723	23919	-448	-1,8
Малина	675	823	798	850	822	148	21,9
Полуниця	8221	8045	8242	8561	8885	664	8,1
Кавун	100976	102397	100955	100459	100415	-561	-0,6
Смородина	626581	623695	538749	680541	647815	21234	3,4

Джерело: узагальнено автором за [9]



Таблиця 3

## Динаміка урожайності плодів і ягід середньоконтинентального клімату у світі, гектаграм (100 г)

Види фруктів, ягід	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Відхилення, 2019 р. від 2015 р.	
						абсол., +, -	відносне, %
Яблука	159168	174721	179927	184750	184925	25757	16,2
Абрикоси	70179	77407	85584	71347	72699	2520	3,6
Ягоди нес	64300	69312	71038	73761	71789	7489	11,6
Лохина	57018	60727	58571	59096	68914	11896	20,9
Черешня	54541	55380	58078	60429	58494	3953	7,2
Вишня	64062	65164	57113	71107	62952	-1110	-1,7
Журавлина	163266	182164	156661	182664	166139	2873	1,8
Агрус	56869	57740	58787	53450	53546	-3323	-5,8
Виноград	107718	107858	107639	116586	111374	3656	3,4
Персик та нектарин	146486	150670	161139	162946	168546	22060	15,1
Груша	153931	164866	176219	171537	173404	19473	12,7
Малина	66691	71702	67028	67433	64470	-2221	-3,3
Полуниця	218006	219516	222145	216924	224142	6136	2,8
Кавун	317859	319523	324688	321938	325577	7718	2,4
Смородина	54756	54197	47428	50020	45907	-8849	-16,2

Джерело: узагальнено автором за [9]

цих країн та сприятливі погодно-кліматичні умови. Серед Європейських країн лідируючі позиції в даному бізнесовому напрямі посідає Іспанія. Україна має значний потенціал щодо розвитку ягідництва, при цьому, в останні роки спостерігаються позитивні тенденції зростання урожайності, обсягів виробництва свіжої і замороженої ягоди та її експорту.

За 20 років валове виробництво зросло більше ніж на 60% (з 83,1 тис. т до 136,7 тис. т), зростання урожайності ягідних культур збільшилося на 66%, найбільше зростання урожайності спостерігалось по суниці садової – на 80% та малині і ожині більше ніж у 10 разів за період [5; 7]. У 2018 р. Україна експортувала плодово-ягідної продукції на суму 229 млн. дол. США, що на 17% більше порівняно з минулим роком і є рекордним показником за роки незалежності, зокрема, було експортовано волоські горіхи (117 млн дол.); заморожені плоди і ягоди (78 млн. дол.); яблука і груші (15 млн дол.) – це близько 92% від загального обсягу експорту плодово-ягідної продукції [5; 7]. Починаючи з 2018 р. спостерігається суттєве зростання цін на світових ринках на плодово-ягідну продукцію, що є позитивним для українського експортера. Головними ринками збуту для українського товаровиробника є країни Європейського Союзу – близько 65% всього експорту. У 2018 р., Україна експортувала плодово-ягідну продукцію в Польщу (39,8 млн. дол. США), Туреччину (20,4 млн. дол. США),

Францію (15,7 млн. дол. США), Білорусію (13,8 млн. дол. США), Грецію (12,9 млн. дол. США), Нідерланди (11,2 млн. дол. США) та Італію (10,2 млн. дол. США) [5; 7].

Таким чином, враховуючи потенціал галузі, досягнуті результати та світові тренди в ягідному бізнесі, доцільно виділити три основні складові стратегічного розвитку:

1. Економічна: укрупнення виробників – поступовий перехід від дрібного виробництва до більш масштабного, відведення більших площ під садівництво ягідних культур у великих інтегрованих підприємства; розвиток сільськогосподарської кооперації у плодово-ягідному комплексі; розвиток експортного потенціалу; диверсифікація виробництва; автоматизація виробничих процесів.

2. Маркетингова: вирощування нішевих ягідних культур у промисловому масштабі, наприклад, обліпихи, кизилу, бузини, калини; пропаганда здорового харчування та споживання ягід цілий рік, а не тільки в сезон; використання різних каналів маркетингових комунікацій, зокрема SMM-маркетингу; розвиток системи продажів через маркетплейси; збільшення терміну реалізації продукції.

3. Екологічна: удосконалення технологій виробництва та переробки ягід; розвиток органічного напрямку в ягідництві; сертифікація продукції.

Поєднання зазначених стратегічних напрямів дозволить одержати синергійний ефект в галузі та забезпечить її конкурентоспроможність.

**Висновок.** У результаті вивчення світових трендів у ягідництві можна зробити висновок про перспективність галузі. Протягом останніх років споживання ягід у всьому світі суттєво збільшилось, зокрема, як свідчать статистичні дані Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН, протягом 20 років виробництво ягід у світі збільшилось у 9 разів, що досягнуто насамперед за рахунок інтенсифікації галузі. Найбільш популярними фруктами у світі є цитрусові та банани,

а серед плодів і ягід середньоконтинентального клімату – виноград, кавуни, персики. Найбільшими виробниками ягід у світі є Китай, Індія, Бразилія, США, Іспанія та інші. Україна входить у ТОП-50 експортерів даної продукції і з кожним роком потенціал країни зростає. Стратегія розвитку ягідного напрямку аграрного бізнесу має охоплювати економічний, маркетинговий та екологічний напрями, що забезпечить синергійний ефект від використання потенціалу галузі.

#### Список використаних джерел:

1. Галат Л.М. Світовий ринок ягід: сучасні тенденції та перспективи для України. *Ефективна економіка*. 2021. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8636> (дата звернення: 22.09.2021).
2. Колокольчикова І.В. Світове виробництво та ринкові позиції плодово-ягідної продукції на міжнародному ринку. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. 2019. Випуск 3–1 (52). С. 26–31.
3. Коротич Ю. Ринок ягід у контексті пандемії. *Плантатор*. 2020. № 6. С. 8–13.
4. Прохорчук І. Світовий ринок ягід 2019: чи може бути «вжити» без трендів? URL: <https://www.growhow.in.ua/cvitovyy-rynok-iahid-2019-chy-mozhna-bude-vyzhyty-bez-trendiv/> (дата звернення 15.09.2021).
5. Ринок ягідних культур в Україні та світі. URL: <http://ukrsadprom.org/blog/rynok-yagidnyh-kultur-vukrayini-ta-sviti>.
6. Самоїлик Ю.В. Особливості органічного виробництва овочів, плодів і ягід в агроструктурах різного типу. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2016. Вип. 4. С. 22–26.
7. Статистична інформація Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 15.09.2021).
8. Черевко Д. Ефективність вирощування ягідних культур і переробки продукції шляхом заморожування. *Аграрна економіка*. 2018. Т. 11. № 3–4. С. 82–86.
9. FAOSTAT – FAO Statistics Division. URL: <http://www.fao.org/faostat/en> (дата звернення: 01.09.2021).
10. International Federation of Organic Agriculture. URL: <https://www.ifoam.bio> (дата звернення: 01.09.2021).
11. Portovaras T., Harbar Zh., Sokurenko I., Samoilyk Iu. Management of small business entities. *Independent Journal of Management & Production*. 2020. Vol 11, No 8. P. 680–694. DOI: <https://doi.org/10.14807/ijmp.v11i8.1226>

#### References:

1. Galat, L. (2021), “World berries market: current trends and prospects for Ukraine”, *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 2, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8636> (Accessed 22.09.2021).
2. Kolokolchikova I.V. (2019) “World production and market position of fruit and berry products on the international market”. *Naukovo-vyrobnychy zhurnal «Biznes-navihator»*. Vol. 3–1 (52). pp. 26–31.
3. Korotych, Yu. (2020), “The berry market in the context of a pandemic”, *Plantator*, vol. 6, pp. 8–13.
4. Prokhorchuk, I. “World berry market 2019: can it “survive” without trends?”, [Online], available at: <https://www.growhow.in.ua/cvitovyy-rynok-iahid-2019-chy-mozhna-bude-vyzhyty-bez-trendiv/> (Accessed 15.09.2021).
5. “The market of berry crops in Ukraine and the world”, [Online], available at: <http://ukrsadprom.org/blog/rynok-yagidnyh-kultur-v-ukrayini-ta-sviti>.
6. Samoilyk Yu. V. (2016), “Features of organic production of vegetables, fruits and berries in agricultural structures of different types”. *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu. Serii: Ekonomika i menedzhment*. Vyp. 4. pp. 22–26.
7. Statistical information of the State Statistics Service of Ukraine, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 15.09.2021).
8. Cherevko D. (2018), “Efektivnistj vyroshhuvannja yagidnykh kuljtur i pererobky produkciji shljakhom zamorozhuvannja”. *Agrarian economy*. Vol. 11, no. 3–4. Pp. 82–86.
9. FAOSTAT – FAO Statistics Division. URL: <http://www.fao.org/faostat/en> (Accessed: 01.09.2021).
10. International Federation of Organic Agriculture. URL: <https://www.ifoam.bio> (Accessed: 01.09.2021).
11. Portovaras T., Harbar Zh., Sokurenko I., Samoilyk Iu. Management of small business entities. *Independent Journal of Management & Production*. 2020. Vol 11, No 8. P. 680–694. DOI: <https://doi.org/10.14807/ijmp.v11i8.1226>.