

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВЕТЕРИНАРНОЇ
МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ ІМЕНІ С.З. ГЖИЦЬКОГО
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Освітній ступінь «Магістр»

на тему:

**ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА ЯГІДНОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ РИНОК
В УКРАЇНІ**

Виконав: студент 2 курсу, групи Ек-71

Спеціальності 051 Економіка
(шифр і назва)

Бурда Василь Миколайович
(прізвище та ініціали)

Керівник:

Черевко І.В., д.е.н., проф.
(прізвище та ініціали)

ЛЬВІВ 2025

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВЕТЕРИНАРНОЇ
МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ ІМЕНІ С.З. ГЖИЦЬКОГО
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ**

Освітній ступінь Магістр
Спеціальність 051 «Економіка»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри економіки

(підпис)
Сиротюк Г.В.
(прізвище, ім'я, по батькові)

“14” березня 2025 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу студенту

Бурді Василю Миколайовичу
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: Ефективність виробництва ягідної продукції та її ринок в Україні

керівник роботи: Черевко Ірина Василівна, д.е.н., професор
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ЛНУВМБ ім. С.З. Гжицького від “14” березня 2025 року
№194-4

2. Термін подання студентом роботи до “5” грудня 2025 року

3. Вихідні дані до роботи: нормативно-законодавчі акти, літературні джерела, дані досліджуваних підприємств, статистична звітність.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Вступ
Розділ 1. Теоретичні та методичні засади дослідження ефективності виробництва ягідної продукції
1.1. Поняття категорії ефективності
1.2. Особливості ефективності у галузі ягідництва та функціонування ринку її продукції
1.3. Методичні підходи до дослідження ефективності виробництва ягідної продукції та функціонування ринку ягідної продукції
Розділ 2. Оцінка стану та ефективності функціонування ринку ягідної продукції

2.1. Сучасні тенденції у виробництві та розвитку ринку ягідної продукції
2.2. Оцінка рівноваги попиту і пропозиції на ринку ягідної продукції.
2.3. Динаміка експорту та імпорту ягідної продукції.
Розділ 3. Перспективи і напрями удосконалення механізму підвищення ефективності виробництва плодово-ягідної продукції
3.1. Стратегічні напрями формування ринку ягідної продукції
3.2. Прогнозування обсягів пропозиції на внутрішньому ринку ягідної продукції
3.3. Вдосконалення логістичного забезпечення ягідної галузі
Висновки
Список використаних джерел

5. Перелік графічного матеріалу: рисунки, таблиці

6. Дата видачі завдання: “14” березня 2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів роботи
1.	Отримання завдання керівника. Збір і опрацювання рекомендованої літератури за темою КР. Приготування літературного огляду. Вивчення досліджуваного об'єкту. Аналіз існуючого стану проблеми (складання програми; підготовка матеріалів для кваліфікаційної роботи).	березень-липень 2025 р.
2.	Обґрунтування перспектив і шляхів вирішення досліджуваної проблеми та їх деталізація (формування перспективної частини; приготування основи для формування варіанту роботи).	серпень-вересень 2025 р.
3.	Розробка та обґрунтування пропозицій щодо реалізації практичних рекомендацій. Написання економічної частини роботи; висновків і пропозицій з реалізації роботи; оформлення остаточного варіанту роботи та графічних матеріалів, які представляються до захисту перед ЕК.	жовтень 2025 р.
4.	Остаточне оформлення кваліфікаційної роботи (здача роботи керівнику КР; виправлення його зауважень; подання КР на рецензування; остаточне оформлення ілюстративних матеріалів, таблиць).	листопад 2025 р.
5.	Підготовка до захисту перед ЕК. Попередній захист на випускній кафедрі (приготування доповіді і презентації роботи й погодження їх з керівником КР).	грудень 2025 р.

Студент

(підпис)

Бурда В.М.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

Черевко І.В.

(прізвище та ініціали)

УДК 332.155:634.7]:338.439.5

Реферат

Дипломна робота: 91 стор. текст. част.; 18 рис.; 3 табл.; 47 літературних джерела.

Ефективність виробництва ягідної продукції та її ринок в Україні. Бурда В.М. Кваліфікаційна робота. Кафедра економіки. Львів. Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького, 2025.

У кваліфікаційній роботі розглядаються особливості розвитку ринку ягідної продукції, основні проблеми підвищення ефективності виробництва ягідної продукції у підприємствах України. Здійснено оцінку сучасного стану галузі та проаналізовано динаміку виробництва, збуту й експорту ягід за останні роки. Проаналізовано основні чинники, що впливають на рівень її ефективності. Обґрунтовано основні шляхи підвищення ефективності виробництва ягідної продукції. Обґрунтовано шляхи підвищення продуктивності та прибутковості галузі, зокрема через впровадження інноваційних технологій, кооперацію виробників, розвиток логістичних ланцюгів і вихід на зовнішні ринки.

АНОТАЦІЯ

Розглянуто теоретико-методологічні питання формування ринку ягідної продукції та здійснено оцінку ефективності виробництва ягідної продукції. Обґрунтовано сучасні методи дослідження ефективності виробництва ягідної продукції. Проведено аналіз та оцінку сучасного стану виробництва ягідної продукції, рівноваги попиту і пропозиції на ринку ягідної продукції. Розглянуто можливості вдосконалення процесів формування та функціонування інфраструктури ринку ягідної продукції. Обґрунтовано основні шляхи підвищення ефективності виробництва ягідної продукції.

Ключові слова: ринок; ягоди; споживання; ціна; державна підтримка.

ABSTRACT

Theoretical and methodological issues of the formation of the berry market are considered and the efficiency of berry production is assessed. Modern methods of researching the efficiency of berry production are substantiated. The current state of berry production, the balance of supply and demand in the berry market are analyzed and assessed. Possibilities of improving the processes of formation and functioning of the berry market infrastructure are considered. The main ways of increasing the efficiency of berry production are substantiated

Keywords: market; fruits, berries; consumption; price; state support

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ЯГІДНОЇ ПРОДУКЦІЇ	
1.1. Поняття категорії ефективності	9
1.2. Особливості ефективності у галузі ягідництва та функціонування ринку її продукції.....	19
1.3. Методичні підходи до дослідження ефективності виробництва ягідної продукції та функціонування ринку ягідної продукції	26
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СТАНУ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ЯГІДНОЇ ПРОДУКЦІЇ	
2.1. Сучасні тенденції у виробництві та розвитку ринку ягідної продукції ...	33
2.2. Оцінка рівноваги попиту і пропозиції на ринку ягідної продукції.....	43
2.3. Динаміка експорту та імпорту ягідної продукції	54
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ І НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПЛОДОВО-ЯГІДНОЇ ПРОДУКЦІЇ	
3.1. Стратегічні напрями формування та розвитку ринку ягідної продукції..	62
3.2.Прогнозування обсягів пропозиції на внутрішньому ринку ягідної продукції.....	73
3.3. Вдосконалення логістичного забезпечення ягідної галузі	79
ВИСНОВКИ.....	86
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	87

ВСТУП

Низький рівень споживання ягідної продукції населенням України є наслідком впливу двох ключових чинників: недостатніх масштабів розвитку ягідництва та низької ефективності функціонування цієї галузі. Зазначені чинники мають взаємозалежний характер: ефективність галузі визначає можливість її розширення, тоді як масштаби виробництва впливають на рівень ефективності. При цьому кожен із них формується під впливом широкого комплексу причин як економічного, так і організаційно-технологічного характеру.

У зв'язку з цим актуальною стає проблема ідентифікації та аналізу основних чинників, що визначають ефективність і масштаби функціонування ринку ягідної продукції в Україні, з метою розроблення системи заходів, спрямованих на їх підвищення та забезпечення зростання обсягів виробництва і споживання ягід.

В умовах глобалізації світової економіки конкуренція між виробниками садівницької продукції невинно зростає, що проявляється як у посиленні позицій іноземних товаровиробників, так і в активній експансії на вітчизняний ринок плодів, ягід, продуктів їх переробки та технологій їх виробництва. За таких умов особливого значення набуває розвиток національного виробництва конкурентоспроможної плодово-ягідної продукції, яка відповідає сучасним вимогам щодо якості та рівня собівартості.

У зв'язку з цим виникає об'єктивна потреба здійснення економічної оцінки нововведень у технології вирощування ягід, упровадження перспективних сортів ягідних культур та удосконалення організаційних моделей виробництва. Реалізація таких завдань потребує опрацювання сучасних методичних підходів і створення надійної інформаційної бази для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Тому це обумовило актуальність і практичне значення наших досліджень.

Мета кваліфікаційної роботи полягає представлення результатів дослідження щодо формування ринку ягідної продукції в Україні та підвищення ефективності виробництва ягідної продукції, з метою підвищення рівня продовольчої безпеки країни в частині покращення забезпечення її населення ягодами, як одними із найбільш необхідних та практично незамінних для людини продуктів харчування сільськогосподарського походження.

Об'єкт дослідження є процес, що пов'язаний з підвищенням ефективності виробництва ягідної продукції.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та прикладних аспектів формування ефективного виробництва ягідної продукції та її ринок в Україні.

У ході написання роботи використано значну кількість економічної літератури, законодавчих і нормативних актів, статистичних матеріалів Державного комітету статистики України та Головного управління статистики у Львівській області, статистичні звітні дані сільськогосподарських підприємств, наукові публікації, інформація комп'ютерної мережі Internet та матеріали власних досліджень автора.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ЯГІДНОЇ ПРОДУКЦІЇ

1.1. Поняття категорії ефективності

Незалежно від галузі, у якій використовується поняття категорії ефективності, дати йому однозначне визначення є надзвичайно складним завданням. У наукових тезаурусах це поняття має широкий спектр близьких за змістом термінів, таких як: результативність, раціональність, потужність, продуктивність, корисність, потенціал, економічність, спритність, винахідливість, підприємливість та інші. Така варіативність свідчить про багатовимірність категорії «ефективність» і її значущість у різних сферах проведених досліджень.

Багатозначність у визначенні ефективності зумовлена, зокрема, різним баченням цієї категорії (фахівці бізнесу та науковці трактують її по-різному). Саме тому у літературних джерелах існує значна кількість дефініцій, моделей та підходів до категоризації поняття ефективності.

Трактування ефективності в економічній науці можна простежити у працях П. Самуельсона та В. Нордхауса, які вважали її «можливо, головним предметом економіки і, загалом, відсутністю відходів» [42, с. 185]. Аналіз наукових джерел свідчить, що багато дослідників, характеризуючи ефективність, часто пов'язують її з результативністю, тобто досягненням поставленої мети. Водночас у літературі простежуються розбіжності щодо того, чи є результативність передумовою ефективності, чи, навпаки, ефективність виступає критерієм оцінювання результативності. Інколи ці категорії розглядають як взаємно незалежні [38, 2013].

Поняття «економічна ефективність» характеризує зв'язок між обсягом ресурсів і кількістю та якістю продукту, який було вироблено [19, с. 191]. На думку Назаренка І. ефективність – це економічна категорія, яка є результативністю функціонування системи і розраховується як відношення отриманого результату (ефекту) до витрат коштів, ресурсів [17, с. 18]. Зокрема

за О. Петковим ефективність – це економічна категорія, яка є доволі поширеною в соціальних науках, що відображає відношення економії сукупних витрат уречевленої та живої праці до отриманого кінцевого результату діяльності будь-якого суб'єкта господарювання [21, с. 393]

До питання ефективності можна також підійти з урахуванням часової перспективи, у межах якої здійснюється її оцінювання. У такому разі виокремлюють динамічну ефективність, що зосереджується на здатності до зростання та розвитку в довгостроковій перспективі, та повна ефективність, основою якої є наявні ресурси, їх раціональний розподіл і відсутність марнотратства [38, 2013].

Поділ на ці два типи ефективності був уперше запропонований раніше згаданим Ксенофонтом [45, 2014]. Він вважав, що володіння певними ресурсами й їх використання без марнотратства відповідає статичній ефективності, тоді як динамічну ефективність він пов'язував із діяльністю, спрямованою на примноження майна завдяки підприємницькій креативності, попри наявність ризику.

Зарубіжні вчені (зокрема Х. Лібенштайн, С. Фішер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензі) визначають ефективність як зовнішню категорію, тісно пов'язану з функціонуванням ринків ресурсів, товарів та послуг. Показовою в цьому контексті є концепція Х-ефективності, запропонована американським економістом Х. Лібенштайном. Відповідно до неї діяльність підприємства вважається Х-ефективною, якщо за наявних ресурсів і за використання найкращих доступних технологій воно здатне виробляти (і реалізовувати) максимально можливий обсяг продукції.

На відміну від класичної концепції алокаційної (розподільної) ефективності, Х-ефективність аналізує ситуації, у яких ресурси не перерозподіляються в межах системи, а заданий їх обсяг застосовується безпосередньо у виробництві. При цьому не враховується потенційно більш ефективне використання цих ресурсів в інших видах діяльності [39, с. 392-415; 8].

Економічна ефективність у матеріальному виробництві базується на зіставленні отриманого ефекту з витратами праці, коштів та капіталу. Тобто визначальним є аналіз співвідношення «витрати – результат» або «ефект – витрати».

Ефективність є багатовимірною категорією, якій притаманний комплексний зміст та низка характерних ознак. Серед ключових варто виділити такі:

- комплексний характер (ефективність діяльності підприємства охоплює всі напрями його роботи, тому не може бути відображена одним універсальним показником. Для її оцінювання застосовується система взаємопов'язаних індикаторів);
- порівняльний характер (як економічна категорія, ефективність передбачає не лише визначення отриманого результату, а й співвіднесення його з витратами або ресурсами, необхідними для його досягнення. Тобто оцінюється не абсолютний обсяг результату, а співмірність «результат — витрати»);
- залежність від внутрішніх і зовнішніх чинників (рівень ефективності є відображенням функціонування підприємства в конкретних умовах ринкового середовища. На нього впливають як внутрішні аспекти (організація виробництва, управлінські рішення, кадровий потенціал), так і зовнішні (конкуренція, економічна ситуація, державна політика);
- функція критерію управління (ефективність виступає ключовим показником якості управлінських рішень та раціональності використання ресурсів. Вона також є важливим чинником формування інвестиційної привабливості підприємства, оскільки сигналізує про його стабільність, перспективність та здатність забезпечувати приріст вартості) [14].

Розвиток економік, трансформація бізнес-моделей і механізмів функціонування підприємств, а також зумовлене ними зростання потреб в ефективному управлінні породжують необхідність удосконалення та подальшого розвитку інструментів вимірювання ефективності. Цей процес має еволюційний характер і стосується як зміни підходів, так і критеріїв оцінювання, що впливають із таких взаємопов'язаних умов:

Підсумовуючи, у цільовому поняття ефективність, можна сказати, що її розглядають як діяльність, що спрямована на досягнення визначеної мети, а її мірою виступає ступінь наближення результатів роботи підприємства до поставлених завдань, що відповідає англійському терміну «effectiveness». Натомість системний підхід акцентує увагу на співвідношенні результатів і витрат, що відповідає англійському терміну «efficiency». Поєднання цих двох підходів утворює цільово-системне трактування ефективності, відповідно до якого ефективність — це діяльність, що забезпечує досягнення визначених цілей за умови оптимального використання наявних ресурсів [47].

Не заглиблюючись у дискусію щодо трактування понять «ефективність», «ефект», «економічна ефективність», відзначимо, що саме економічна ефективність виступає ключовим критерієм результативності заходів, що здійснюються у будь-якій сфері економіки. Корисний ефект проявляється лише на стадії споживання, а в ринкових умовах — через задоволення потреб покупців. Таким чином, ефективність діяльності виробників ягідної продукції може бути об'єктивно оцінена лише після реалізації продукції на ринку.

У контексті дослідження державного регулювання аграрного сектору критерій його ефективності доцільно пов'язувати з оптимальністю функціонування інституцій, які мають максимально використовувати ринкові стимули та забезпечувати конкурентний розвиток галузі [18].

Разом із тим, питання оцінки ефективності галузі ягідництва, попри її зростаючу роль у формуванні продовольчої безпеки та експорту, все ще недостатньо досліджене в сучасних наукових працях.

Тому, на наш погляд, критеріями ефективності державного регулювання ринку ягідної продукції мають виступати:

- рівень задоволення соціально-економічних потреб населення у вітчизняній ягідній продукції з урахуванням стратегічних пріоритетів розвитку галузі;
- співвідношення витрат виробничих ресурсів та результатів діяльності агровиробників;

- раціональний розподіл і ефективне використання ресурсів національної економіки у сфері ягідництва.

Оцінювання ефективності державного регулювання ринку ягідної продукції є важливим з огляду на вимоги Закону України «Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві».

В умовах ринку розподіл доходів не завжди відбувається на користь працівників сільського господарства, тому держава має забезпечувати захист сільського способу життя та регулювати ринок праці. Міжнародна практика підтверджує, що ключовим чинником у цьому контексті виступає рівень зайнятості в аграрному секторі.

Головною проблемою сучасного розвитку аграрного сектора економіки в нашій країні є неефективність обміну між промисловістю і сільським господарством, що отримала назву «диспаритет цін». У розвинутих країнах ця проблема найчастіше вирішується шляхом державного регулювання цін.

Серед найбільш поширених механізмів державного регулювання цін на сільськогосподарську продукцію можна виділити такі:

- закупівля з метою підтримки внутрішніх цін (держава здійснює інтервенційні закупівлі продукції, обмежуючи або повністю призупиняючи її реалізацію на внутрішньому ринку. Такий механізм забезпечує виробникам стабільні й економічно привабливі ціни, однак може призводити до накопичення надмірних державних запасів і додаткових витрат на їх зберігання;

- субсидування експорту (держава компенсує частину витрат, пов'язаних із виходом на зовнішні ринки, що дозволяє зберегти високі внутрішні ціни. Разом із тим цей інструмент має негативні наслідки: підвищення споживчих цін для населення, значне бюджетне навантаження, а також можливе зниження світових цін та загострення торговельної конкуренції з іншими експортерами);

- обмеження імпорту продовольства (механізм спрямований на підтримку внутрішніх виробників шляхом зменшення конкуренції з боку імпортової продукції. Однак він також веде до зростання внутрішніх цін, що, з одного боку,

стимулює пропозицію, а з іншого — скорочує попит та потребує додаткових компенсаторних заходів з боку держави);

- компенсаційні платежі виробникам (застосовуються у разі суттєвого падіння ринкових цін і дозволяють підтримувати прийнятний рівень рентабельності вирощування сільськогосподарської продукції. Виробники отримують прямі бюджетні виплати для часткового покриття втрат доходів).

В Україні актуальним залишається завдання формування дієвої системи державного контролю за ціноутворенням, яка б забезпечувала баланс між внутрішніми та світовими цінами на аграрну продукцію. Така система має сприяти розширенню внутрішнього ринку продовольства, посиленню конкурентоспроможності галузі, а також вирішенню соціальних проблем на селі.

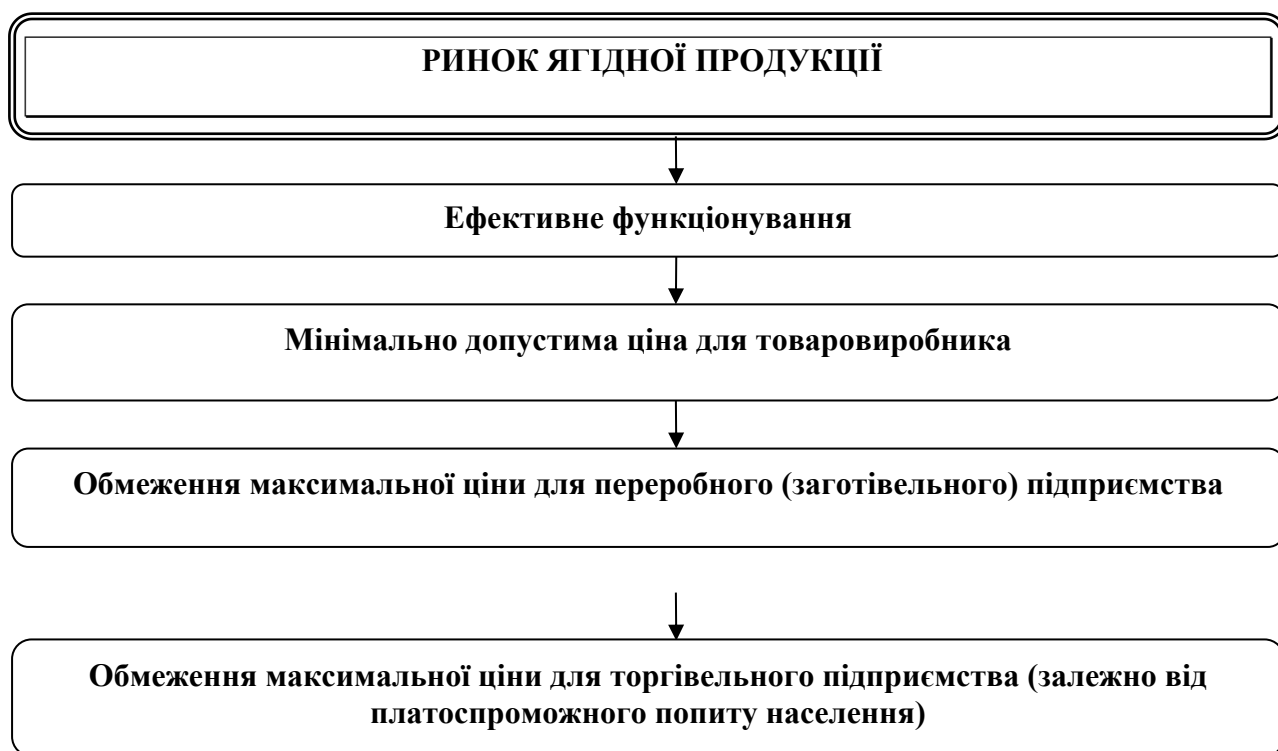
Нині спостерігається ціновий дисбаланс: за умов суттєво нижчого рівня доходів населення ціни на окремі види продукції перевищують світові, тоді як вартість сировини й матеріалів, що використовуються у виробництві, є нижчою. Для запобігання неконтрольованому зростанню цін держава повинна використовувати економічні інструменти впливу: податкову, бюджетно-фінансову, кредитну, валютну та митну політики, а також регулювання цін підприємств, що займають монопольне становище на ринку.

Одним із ключових проблемних аспектів формування ефективного ринку ягідної продукції в Україні є налагодження узгодженої взаємодії між усіма його учасниками. Йдеться насамперед про виробників (сільськогосподарські підприємства, фермерські господарства та домогосподарства), підприємства переробної сфери та торговельні мережі (оптова й роздрібна торгівля). Відсутність чітко встановлених і прозорих «правил гри» між цими ланками призводить до дисбалансів у ціноутворенні, збуті та розподілі доданої вартості.

Оптимізація таких взаємовідносин можлива шляхом створення інтегрованих організаційно-економічних структур — галузевих асоціацій або кооперативних об'єднань, у межах яких було б об'єднано виробництво, переробку та збут готової продукції. Це дозволило б забезпечити координацію

інтересів учасників ринку, підвищити їхню переговорну силу та сприяти стабілізації умов діяльності.

У контексті державного регулювання важливо визначити економічно обґрунтовані параметри цінової політики: мінімально допустиму ціну реалізації сировини для виробника, цінові межі для переробних підприємств та торговельних мереж із урахуванням платоспроможного попиту населення. Запровадження такої системи дасть змогу сформувати дієвий механізм ефективного функціонування ринку ягідної продукції та забезпечити його зрівноваженість і розвиток (рис. 1.1).



*Рис. 1.1. Схема механізму ефективного функціонування ринку ягідної продукції**

**власне напрацювання автора*

Кожне сільськогосподарське підприємство, що спеціалізується на виробництві ягідної продукції в умовах ринкової економіки, має зосереджувати свої зусилля на забезпеченні конкурентоспроможності вирощеної продукції. Збільшення обсягів її реалізації та отримання максимального можливого прибутку є ключовими завданнями для кожного виробника.

Однак на практиці більшість підприємств ягідництва стикаються з браком ефективних управлінських і організаційно-економічних механізмів, що дозволяють оперативно реагувати на зміни зовнішнього й внутрішнього середовища, кон'юнктури ринку та вподобань споживачів. Це знижує їхню адаптивність і конкурентні можливості.

З огляду на зазначене, нами запропоновано модель оцінювання конкурентоспроможності підприємств, що займаються вирощуванням ягідних культур, яка враховує вплив ключових ринкових факторів і забезпечує обґрунтування стратегічних управлінських рішень щодо їх подальшого розвитку (рис. 1.2).

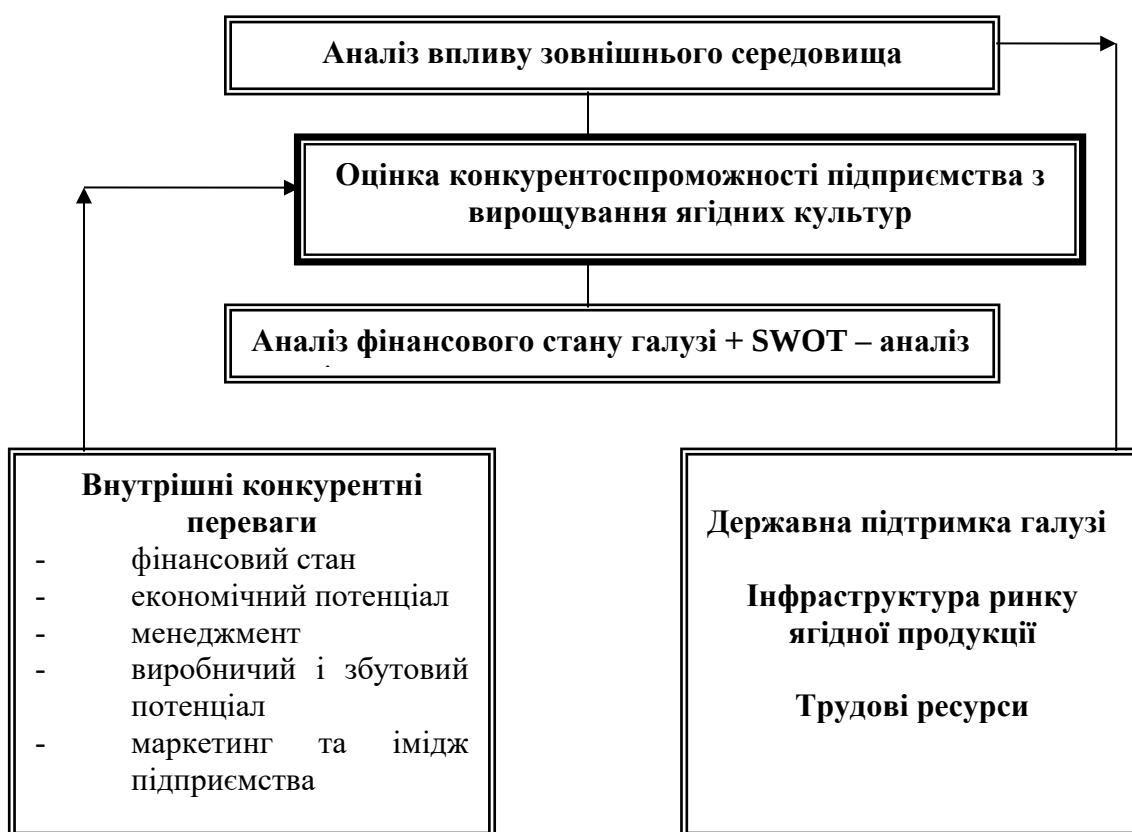


Рис. 1.2. Модель оцінки конкурентоспроможності ягідної продукції *

**власна розробка автора*

Будь-яке підприємство підлягає тривекторному впливу: макрорівня (держави та її законодавчих норм), мезорівня (галузі, в якій функціонує підприємство) та мікрорівня (внутрішнього середовища самого підприємства) [23].

Визначення конкурентоспроможності господарства ягідного виробництва у середньостроковій перспективі здійснюється поетапно з урахуванням усіх трьох рівнів.

На першому етапі визначаються основні фактори макросередовища, які впливають на конкурентоспроможність підприємства: динаміка розвитку ринку ягідної продукції, правовий і технологічний рівень галузі, стан державного регулювання, рівень концентрації виробництва ягід, інвестиційна привабливість та інші.

На другому етапі проводиться економічний аналіз галузі, що дозволяє оцінити основні тенденції її розвитку у середньостроковій перспективі та врахувати рівень конкурентоспроможності конкретного ягідного господарства.

На третьому етапі оцінюється внутрішній конкурентний потенціал підприємства, зокрема його фінансовий стан, економічна стійкість, ефективність менеджменту, виробничий і збутовий потенціал, маркетингові можливості та імідж на ринку. Такий поетапний методичний підхід дає змогу виявити слабкі сторони підприємства та оцінити його сильні конкурентні переваги.

Беручи до уваги принцип закону порівняльних переваг, то країна спеціалізується на виробництві та експорті тих видів продукції, собівартість виробництва яких є значно нижчою за їхню ціну на світовому ринку, а імпортує ті товари, які в інших країнах виробляються дешевше або зовсім не вирощуються. Переваги у витратах виробництва є однією з передумов сильних ринкових позицій господарств ягідного виробництва.

Для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств ягідного виробництва необхідно насамперед визначити основні внутрішні чинники, які впливають на їхнє становище на ринку ягідної продукції. До першочергових завдань належать впровадження нових конкурентоспроможних сортів ягід та інноваційно-інтенсивних технологій вирощування; підвищення якості продукції та приведення її до сучасних стандартів; удосконалення маркетингової діяльності та формування ефективних каналів збуту; суворий контроль за цільовим використанням фінансових коштів; підготовка

висококваліфікованих спеціалістів у сфері ягідництва; підвищення технологічної дисципліни та дисципліни праці.

Основними причинами низької конкурентоспроможності вітчизняних ягідних господарств є насамперед відсутність чіткої стратегії розвитку та своєчасної оцінки конкурентних переваг окремих ягідних культур і їх сортів; слабка матеріально-технічна база, частково знищена через непередбачене паювання майна в галузі; застарілий сортовий склад насаджень; обмежені власні фінансові ресурси та нестача кваліфікованої робочої сили; деспеціалізація галузі та парцеляція площ у господарствах ягідного виробництва.

Конкурентоспроможність господарства ягідного виробництва проявляється через його стійкість до чинників зовнішнього та внутрішнього середовища та охоплює управлінсько-ділову, виробничу, цінову та фінансову форми.

Основними напрямками підвищення конкурентоспроможності господарств ягідного виробництва є впровадження нових сортів ягідних культур та інноваційно-інтенсивних технологій їх вирощування; підвищення якості ягід та доведення продукції до стандартів Європейського Союзу; розвиток маркетингової діяльності та формування ефективних каналів збуту ягідної продукції; забезпечення стабільного фінансування та державної підтримки галузі ягідництва; підготовка висококваліфікованих спеціалістів у сфері ягідництва та переробки; дотримання сучасних технологій вирощування, зберігання та переробки ягід; удосконалення управлінської структури господарств і формування оптимальних розмірів агропідприємств, де органічно поєднуються вирощування, зберігання, переробка та реалізація ягідної продукції.

У таких інтегрованих господарствах виробляється не проміжний, а кінцевий продукт споживання, що підвищує додану вартість ягід і зміцнює їхню конкурентоспроможність на внутрішньому та зовнішньому ринках.

1.2. Особливості ефективності у галузі ягідництва та функціонування ринку її продукції

Ринок ягідної продукції в Україні в останні роки демонструє динамічний розвиток, зумовлений поєднанням внутрішніх і зовнішніх економічних, соціальних та технологічних чинників. Попит на свіжі та перероблені ягоди стабільно зростає як на внутрішньому ринку, так і в експортних сегментах, що сприяє активізації виробництва та підвищенню інвестиційної привабливості галузі. Водночас глобальні тенденції — перехід споживачів до здорового харчування, розширення нішевих ринків органічної продукції, розвиток швидкозаморожених та функціональних продуктів — формують нові можливості та виклики для українських виробників.

У цих умовах сектор ягідництва потребує глибокого аналізу ринкової кон'юнктури, вивчення сезонних та структурних особливостей попиту й пропозиції, а також оцінки впливу міжнародної конкуренції. Особливу роль відіграють технологічні зміни: інтенсифікація виробництва, використання високопродуктивних сортів, впровадження крапельного зрошення, тунельного накриття, холодильних та заморожувальних потужностей. Разом із тим ринок характеризується певними ризиками — залежністю від погодних умов, високою трудомісткістю збирання, коливаннями цін, нестабільністю логістичних ланцюгів у період воєнного стану.

Малина, ожина та червона смородина продовжують демонструвати зростаючу популярність на більшості світових ринків, хоча в окремих країнах червона смородина дещо поступається за попитом малині та ожині. У Південній Африці підвищений інтерес до чорниці став каталізатором розвитку всього ягідного сегмента, зокрема сприяв збільшенню виробництва та експорту малини й ожини. Водночас погодні умови істотно вплинули на врожайність у низці країн. Сильні дощі в період вегетації в Мексиці та Австралії позначилися на кількості й якості виробленої продукції. Проте в Австралії масштаб збитків вдалося зменшити завдяки активному застосуванню технології укриттів, що

забезпечило додатковий захист ягідних культур від несприятливих погодних коливань.

Ягідництво України у 2025 році залишається однією з найбільш перспективних галузей аграрного сектору, що демонструє динамічне та стале зростання попри економічні виклики, логістичні труднощі та кліматичні ризики. Україна вже перестала бути виключно постачальником сировини: сьогодні вона посідає вагоме місце на світовому ринку заморожених ягід і системно зміцнює свої позиції на міжнародній арені, розширюючи присутність у високовартісних експортних сегментах.

За підсумками 2024 року українські виробники експортували близько 65 тис. тонн замороженої малини – рекордний обсяг для національного ягідного сектору. Високі темпи приросту демонструє і лохина: експорт цієї культури перевищив 5 тис. тонн, що на третину більше, ніж у 2023 році, та забезпечив понад 26 млн доларів валютних надходжень. Українська ягідна продукція користується значним попитом на ринках країн Європейського Союзу — зокрема, у Польщі, Німеччині, Чехії, Нідерландах і державах Балтії. Попит зумовлений поєднанням високої якості, яскравих смакових характеристик та конкурентної цінової політики, що дозволяє українським виробникам успішно адаптуватися до вимог європейських покупців.

Разом із тим конкурентне середовище на європейському ринку залишається складним і динамічним. Основними конкурентами України є Сербія та Польща. Скорочення обсягів виробництва малини у Сербії до приблизно 60 тис. тонн частково відкрило можливості для українських експортерів, однак конкуренція посилюється й надалі. Змагання між країнами-виробниками відбувається не лише у площині ціни, а й у сфері дотримання суворих стандартів якості, рівня технологічного оснащення, системи простежуваності продукції та здатності забезпечувати стабільні поставки протягом усього сезону [33].

Загалом український ягідний сектор зазнав серйозних ударів із початку повномасштабної війни, однак не лише уникнув краху, а й у низці напрямів

продемонстрував зростання. Ключовим чинником стійкості стала швидка адаптація виробників і переробників до нових умов.

Останні роки принесли галузі безпрецедентні виклики та кардинально змінили модель роботи підприємств, змусивши їх пристосовуватися швидше, ніж будь-коли. Від початку війни виробники зіткнулися з втратою частини виробничих площ, логістичними обмеженнями, нестачею робочої сили та зростанням витрат. Незважаючи на це, сектор зміг перебудуватися, оптимізувати процеси та забезпечити подальший розвиток.

Показово, що за цей період Україна не тільки утримала позиції на міжнародних ринках, а й суттєво наростила експорт фруктів, передусім ягід, а також дещо збільшила загальний обсяг їх виробництва. Це дозволяє пояснити, як українським виробникам вдалося зміцнити експортні можливості навіть у надзвичайно складних умовах воєнного часу.

Однією з найгостріших проблем українського ягідного сектору з початку повномасштабної війни залишається нестача працівників. Значна кількість українців була змушена виїхати за кордон, а сезонні робітники з інших країн перестали приїжджати і це суттєво ускладнило доступ до робочої сили.

Дефіцит працівників посилюється міграційними процесами та мобілізацією. Частково ситуацію вдалося стабілізувати завдяки внутрішньо переміщеним особам. Багато жінок пройшли перепідготовку й нині виконують технічні та операційні функції, які традиційно вважалися «чоловічими».

Площі насаджень залишаються відносно стабільними. Спостерігається невелике зменшення вирощування суниці садової та помірне збільшення насаджень малини й лохини. Обсяги виробництва залежать передусім від погодних умов конкретного сезону, тому робити довгострокові висновки на основі річних коливань варто дуже обережно.

Погодні умови залишаються

одним із непередбачуваних чинників, які впливають на ягідну галузь. Надлишкові опади, різкі перепади температур, посухи чи ранні морози можуть істотно знизити врожайність. Проте українські фермери поступово вчаться адаптуватися: впроваджують крапельне зрошення, системи контролю вологості, створюють укриття для ранніх культур. Завдяки цьому вони не лише зберігають урожай, а й підвищують його якість. У сучасному ягідництві все частіше звучить думка, що інновації – це не розкіш, а необхідність.

Галузь ягідництва в Україні є динамічним та інноваційним сегментом аграрного виробництва, який демонструє високі темпи розвитку навіть в умовах воєнного стану, економічної нестабільності та трансформації ринкових відносин (рис.1.3).



Рис. 1.3. Особливості ефективності у галузі ягідництва та функціонування ринку її продукції*

**розробка автора*

Ефективність виробництва ягідної продукції зумовлюється комплексом природних, технологічних, організаційних та ринкових чинників, які формують конкурентоспроможність виробників як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Одночасно функціонування ринку ягідної продукції визначається змінами у структурі попиту, логістичних можливостях, системі збуту, інтеграції України до глобальних агропродовольчих ланцюгів та зростанням експортного потенціалу.

Ефективність ягідництва значною мірою визначається природно-кліматичними умовами, що формують можливості для вирощування окремих культур, їх урожайність та якість. Україна має значний агрокліматичний потенціал: родючі ґрунти, сприятливу температурну амплітуду, достатню кількість опадів у більшості регіонів. Однак у період воєнних дій ці фактори доповнюються новими ризиками:

- порушенням структури землекористування,
- мінуванням окремих територій,
- зміщенням центрів виробництва на більш безпечні регіони.

Додатково на галузь впливають кліматичні зміни, що зумовлюють часті посухи, ранні весняні заморозки, нерівномірний розподіл опадів, що вимагає впровадження стійких технологій вирощування та модернізації систем зрошення.

Підвищення ефективності виробництва ягід безпосередньо пов'язане із впровадженням інтенсивних технологій:

- сучасних сортів із високою врожайністю,
- систем крапельного зрошення,
- автоматизованих систем контролю мікроклімату,
- укритих матеріалів, теплиць і тунельних конструкцій,
- біологічного захисту рослин.

У період воєнної економіки інтенсивні технології також виконують антикризову функцію, оскільки дозволяють зменшити витрати, підвищити

стабільність виробництва та скоротити залежність від імпорتنих ресурсів. Відбувається також активна цифровізація процесів – застосування сенсорних систем, дронів, геоінформаційних технологій, що забезпечує точне управління ресурсами та мінімізацію втрат.

Якість і рентабельність ягідної продукції значною мірою залежать від ефективності логістики та зберігання, оскільки ягоди належать до категорії швидкопсувних товарів. Ключовими елементами логістичної інфраструктури є холодильні комплекси, сортувальні лінії, пакувальні цехи, транспорт із дотриманням температурного режиму.

Після початку повномасштабної війни логістичні витрати значно зросли через руйнування транспортних шляхів, зміну експортних маршрутів та обмежений доступ до окремих ринків. Виробники розвивають локальні логістичні центри, кооперацію, а також інвестиції у мобільні холодильні установки, що дозволяє мінімізувати втрати продукції та підвищити її товарність.

Україна входить до числа провідних експортерів заморожених ягід у Європі, а окремі культури (чорниця, малина, суниця садова) формують високу експортну додану вартість. Експортний потенціал зумовлюється саме сприятливою якістю ягід, конкурентними цінами, наявністю вільних торговельних режимів з ЄС, зростанням попиту на натуральну ягідну продукцію у світі.

Разом із тим, експорт у період війни супроводжується ризиками: нестабільністю логістики, зростанням вартості транспортування, необхідністю диверсифікації ринків (Канада, Близький Схід, Азія).

Підвищення експортної ефективності потребує розвитку інфраструктури, стандартизації виробництва, модернізації виробничих потужностей та підтримки державних програм.

Помітну роль у зміцненні позицій українського ягідництва відіграють і великі виробничо-експортні компанії. Одним із найяскравіших прикладів є ТОВ «ЯРОФРУТ» – провідний український виробник і експортер заморожених ягід, фруктів та овочів. Підприємство має сучасний завод у місті Жовква на

Львівщині, оснащений тунелями шокової заморозки, оптичними сортувальними лініями та пакувальними комплексами. Компанія активно співпрацює з понад 180 українськими фермерами, допомагаючи їм впроваджувати нові технології, стандарти якості та системи простежуваності. У 2024 році завдяки цій співпраці місцеві селяни отримали понад 800 тисяч гривень доходу від реалізації малини та сплатили податки у громаду.

«ЯРОФРУТ» є прикладом того, як український бізнес може не лише експортувати продукцію високої якості, а й підтримувати розвиток регіонів, створювати робочі місця й розбудовувати культуру відповідального фермерства. Завдяки таким компаніям українська ягода впевнено конкурує на європейських ринках і здобуває довіру покупців.

Водночас усередині країни спостерігається помітне пожвавлення споживчого інтересу до свіжих ягід. Українці дедалі частіше обирають місцеву продукцію, особливо ту, що фасується невеликими порціями. Це створює нові можливості для виробників, адже внутрішній ринок ще не насичений і має великий потенціал для розвитку. Хоч рівень споживання ягід в Україні все ще у чотири рази нижчий, ніж у середньому по ЄС, тенденція позитивна – попит на здорову, свіжу та якісну їжу зростає щороку.

Не менш перспективним напрямом стає органічне виробництво. Європейські ринки дедалі більше цінують екологічність і чистоту продукту, і українські господарства поступово проходять сертифікацію за міжнародними стандартами. Виробники, які вже отримали органічні сертифікати, мають суттєву перевагу – їхня продукція потрапляє у вищий ціновий сегмент і має стабільний попит.

Загалом, українське ягідництво рухається у правильному напрямку. Після кількох років випробувань і перебудови галузь почала демонструвати системність: з'являються кластери, спільні логістичні центри, бренди, орієнтовані на європейського споживача. Українські компанії вчаться не лише вирощувати, а й продавати – з урахуванням маркетингових стратегій, позиціонування та вимог покупців.

Майбутнє галузі залежить від того, наскільки швидко вдасться інтегрувати сучасні технології, розвинути інфраструктуру й утвердити імідж української ягоди як надійного, якісного й конкурентного продукту. Україна має всі передумови, щоб утримати позицію серед провідних світових експортерів і водночас розвинути внутрішнє споживання [33].

Ефективність галузі ягідництва в Україні формується під впливом природно-кліматичних, технологічних та логістичних чинників, які визначають продуктивність і якість виробництва. Функціонування ринку ягідної продукції залежить від структури попиту, каналів збуту та експортного потенціалу. У сучасних умовах особливої ваги набувають інноваційні технології вирощування, розвиток логістичної інфраструктури та адаптація ринку до викликів воєнного часу.

Галузь зберігає високі перспективи розвитку, зокрема завдяки зростанню внутрішнього споживання, розширенню переробних потужностей, орієнтації на високоякісну продукцію та зміцненню позицій України на світовому ягідному ринку.

Таким чином, дослідження сучасних тенденцій та специфічних рис розвитку ринку ягідної продукції є необхідною передумовою для формування ефективних управлінських рішень, підвищення конкурентоспроможності виробників та визначення стратегічних орієнтирів розвитку галузі. Аналіз цього сегмента дозволить оцінити як наявні можливості, так і потенційні загрози, що мають суттєвий вплив на економічний результат діяльності підприємств ягідництва.

1.3. Методичні підходи до дослідження ефективності виробництва ягідної продукції та функціонування ринку ягідної продукції

Зі вступом України до СОТ зростають продовольчі запити населення, а міське та сільське населення потребує все більш широкого асортименту ягідної продукції, дієтологічно цінних та екологічно чистих продуктів, зручних для приготування та споживання – соків, компотів, джемів, варення тощо, при цьому високої якості. Водночас із підвищенням соціально-економічного розвитку

країни зростають і вимоги споживачів до продукції ягідництва та її переробки, що зумовлено високими лікувальними та харчовими властивостями ягід.

На сучасному етапі аграрна наука, у тому числі ягідництво, перебуває на початковій стадії процесу досліджень, тоді як у суміжних науках цей процес уже завершений. Основним методом досліджень є польовий порівняльний експеримент, головним завданням якого є пошук оптимального варіанту вирощування.

Отримані таким способом результати зазвичай поширюються лише на регіони з подібними ґрунтово-кліматичними умовами. Для інших умов необхідно проводити нові експерименти для визначення оптимального варіанту. При цьому узагальнення результатів за географічним принципом є обмеженим. Крім того, у багатьох випадках дослідники не мають повного набору критеріїв для оцінки схожості регіонів щодо вирощування конкретних видів ягід або сортів, що може призводити до помилкових рекомендацій виробникам.

Особливо складним є проведення досліджень та оптимізація технологій ягідництва в умовах війни, коли ресурси обмежені, інфраструктура та логістика порушені, а пріоритети держави спрямовані на підтримку обороноздатності та соціальної стабільності.

Таким чином, існуюча методологія досліджень є недостатньо ефективною: вона не дозволяє гнучко адаптувати технології вирощування під конкретні ґрунтово-кліматичні умови регіонів. З економічної точки зору це призводить до неефективного використання фінансових ресурсів та наукового потенціалу. Крім того, низька продуктивність ягідних насаджень часто зумовлена невідповідністю умов вирощування та розроблених технологій вимогам конкретних сортів.

Зміна ролі досліду в науковому процесі дозволить фундаменталізувати дослідження, що дасть змогу формалізувати складно організовані біологічні системи ягідних культур та їхню поведінку в мінливих умовах навколишнього середовища, а також оптимізувати ці системи за допомогою моделювання. Проведення фундаментальних досліджень у кінцевому результаті забезпечить більш ефективні та економічно обґрунтовані наукові розробки, ніж поверхневі

прикладні експерименти, що з часом можуть призвести до деградації наукового потенціалу в галузі ягідництва.

Дослідження в галузі ягідництва потребують комплексного підходу та поєднання біологічних, агротехнічних, лабораторних, економічних і статистичних методів. У сучасних умовах розвитку ринку ягідної продукції, особливо в Україні, важливо застосовувати методи, які дозволяють отримати об'єктивну оцінку ефективності виробництва, якості продукції, конкурентоспроможності господарств і можливостей для їх подальшого розвитку.

До основних біологічних і агротехнічних методів належать польові порівняльні дослідження, що є ключовими для визначення оптимальних сортів ягід, способів посадки, режимів поливу, підживлення та захисту рослин. У рамках цих дослідів проводяться клональні та сортові випробування, які дозволяють оцінити продуктивність, стійкість до шкідників і хвороб конкретних сортів. Важливе значення мають фенологічні спостереження, що фіксують терміни цвітіння, плодоношення та збирання ягід, а також вплив погодних і ґрунтових умов на розвиток рослин. Методи мікроклонування та розсадництва дають змогу досліджувати способи розмноження та покращення якості садивного матеріалу, що є критичним для підвищення продуктивності ягідних насаджень.

Лабораторні та аналітичні методи дозволяють отримати більш точну інформацію про якість продукції. Сюди входить хімічний аналіз ягід для визначення вмісту цукрів, кислот, вітамінів, антиоксидантів та залишкових пестицидів, а також біофізичні дослідження, які оцінюють щільність, масу, розмір і колір плодів. Молекулярно-генетичні дослідження дозволяють виявляти сортові відмінності, оцінювати стійкість до хвороб та розробляти нові сорти, а фізіологічні методи дають змогу оцінювати фотосинтез, водний баланс і стресостійкість рослин.

Економічні та управлінські методи є важливими для оцінки ефективності виробництва ягід та прийняття стратегічних рішень у господарствах. Аналіз витрат і ефективності виробництва дозволяє визначити собівартість продукції та

рентабельність вирощування ягідних культур. Маркетингові дослідження спрямовані на вивчення попиту на різні види ягідної продукції, формування цінової політики та визначення ефективних каналів збуту. SWOT-аналіз господарства допомагає виявити сильні та слабкі сторони підприємства, а також зовнішні можливості та загрози для розвитку ягідного виробництва. Моделювання ринку ягідної продукції дозволяє прогнозувати попит, пропозицію та цінові тенденції.

Статистичні та математичні методи забезпечують системну обробку даних, що отримані в результаті польових і лабораторних досліджень. Багатовимірний статистичний аналіз, факторний та кореляційний аналіз дають змогу оцінити залежності між врожайністю, сортами, агротехнічними прийомами та умовами вирощування. Системне моделювання дозволяє оптимізувати виробничі процеси, логістику і переробку ягідної продукції. GIS-технології та дистанційне зондування допомагають контролювати стан насаджень, вологості ґрунтів та ефективність використання площ.

Окремо варто виділити експериментальні та інноваційні методи, які дозволяють моделювати кліматичні та ґрунтові умови в теплицях або за допомогою комп'ютерних моделей. Формалізація та симуляція біологічних систем ягідних культур дає змогу оптимізувати їхній розвиток у мінливих умовах навколишнього середовища. Пілотні та демонстраційні ділянки дозволяють перевіряти нові сорти, технології переробки та пакування ягідної продукції перед впровадженням у виробництво.

Накопичена у спеціалізованих базах даних наукова інформація, включаючи первинні експериментальні дані, потребує глибокого аналізу із застосуванням сучасного математичного апарата. Важливо здійснювати такий аналіз не лише на рівні окремих досліджень, а й у ширшому, глобальному вимірі – із залученням результатів, отриманих у різних установах, регіонах та країнах. Комплексне опрацювання емпіричних матеріалів створює підґрунтя для розроблення високоефективних адаптивних технологій вирощування ягідних культур,

прогнозування напрямів науково-технічного прогресу у галузі, формування програм подальших досліджень.

У процесі дослідження економічних явищ на ринку плодово-ягідної продукції широко застосовуються різні види групувань, зокрема структурні, типологічні та аналітичні (факторні). Структурні групування дають змогу з'ясувати, як формуються доходи виробників, визначити ємність окремих сегментів ринку, а також виявити основні пропорції його розвитку. Прикладами таких групувань можуть бути класифікація підприємств за масштабами виробничої діяльності, величиною виручки, рівнем прибутку тощо. Одним із інструментів структурного аналізу виступає АВС-метод, що дозволяє визначити фактичну місткість ринку плодово-ягідної продукції в Україні та ідентифікувати ключових виробників. Застосування цього підходу допомагає виділити регіони, у яких спостерігається найбільша концентрація пропозиції. Серед методів, що активно використовуються у ринкових дослідженнях, важливе місце посідає графічний метод, який забезпечує наочне подання статистичних матеріалів та економічних показників. Його перевага полягає в можливості демонструвати взаємозв'язок чинників, закономірність змін та структурні пропорції за допомогою діаграм, графіків, картограм та інших засобів візуалізації. Використання такого підходу підвищує інформативність і якість аналітичного матеріалу, що є важливим аспектом підготовки наукових публікацій.

Функціонування ринку плодів і ягід супроводжується значною кількістю причинно-наслідкових зв'язків, що відображають складну взаємодію природних, технологічних, ринкових та економічних чинників. Зокрема, продуктивність багаторічних насаджень залежить від природно-кліматичних умов і рівня дотримання технологічних регламентів; рівень цін формується під впливом сезонності реалізації та обсягів пропозиції на ринку; прибутковість виробників визначається обсягами реалізації, ціновою ситуацією, купівельною спроможністю населення та нормами споживання плодово-ягідної продукції [12-13].

Для задоволення сучасних потреб галузі ягідництва господарствам необхідно оптимізувати сортовий склад насаджень відповідно до вимог ринку, переходити на інноваційні технології вирощування, удосконалювати методи післязбиральної доробки, переробки, зберігання та реалізації ягідної продукції. У цьому контексті економіко-математичне моделювання виступає важливим чинником розвитку агропромислового виробництва в ягідництві, оскільки дозволяє здійснювати поглиблений аналіз виробничо-господарської діяльності підприємств і визначати резерви підвищення ефективності галузі.

Конкурентоспроможність підприємств ягідництва значною мірою визначається їхнім фінансово-економічним станом, технологічною культурою вирощування та діловою репутацією на ринку. Особливої ваги це набуває тоді, коли основна частка виручки та прибутку формується за рахунок якісної та затребуваної ягідної продукції. Оцінювати конкурентоспроможність підприємства складно, оскільки воно може виробляти широкий асортимент ягід – суницю садову, малину, лошину, ожину, смородину тощо – якість і собівартість вирощування яких значною мірою залежить від ґрунтового-кліматичних умов регіону, технології та рівня механізації.

Узагальнена оцінка конкурентоспроможності підприємства передбачає визначення кола основних конкурентів, формування системи оціночних індикаторів, збирання та обробку відповідної інформації й отримання інтегрального показника. На практиці часто застосовують підхід, заснований на аналізі виробничих витрат: чим нижча собівартість одиниці ягідної продукції за однакового або вищого рівня якості, тим більші конкурентні переваги має підприємство.

Водночас існують й інші методи оцінювання конкурентоспроможності, орієнтовані не лише на економічні параметри, а й на ринкові позиції та якість продукції, причому вагому роль у такому оцінюванні відіграють споживачі. Одним із сучасних інструментів є бенчмаркінг, який забезпечує системний підхід до аналізу діяльності провідних підприємств ягідної галузі. Оцінювання за методом бенчмаркінгу здійснюється за такими ключовими параметрами:

- частка підприємства на ринку певної ягідної культури;
- рівень урожайності та продуктивність праці;
- фондівіддача та ефективність використання техніки і обладнання;
- рентабельність реалізації ягідної продукції;
- прибуток з 1 га площі насаджень;
- технологічний рівень виробництва (зрошення, субстратні технології, механізація збирання);
- ціновий сегмент ринку, на якому працює підприємство (преміум, середній, масовий).

Застосування таких підходів дозволяє об'єктивно визначити слабкі та сильні сторони підприємства, сформулювати напрями вдосконалення виробничої діяльності та підвищення його конкурентоспроможності на ринку ягідної продукції.

В умовах війни використання комплексного підходу до досліджень ягідництва стає ще більш актуальним. Обмежені ресурси, порушена логістика та інфраструктура вимагають застосування ефективних, економічно обґрунтованих методів, що дозволяють отримати надійні результати та адаптувати технології до конкретних ґрунтово-кліматичних і соціально-економічних умов регіону.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА СТАНУ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ЯГІДНОЇ ПРОДУКЦІЇ

2.1. Сучасні тенденції у виробництві та розвитку ринку ягідної продукції

Вирощування плодово-ягідних культур та горіхів традиційно було розповсюджене практично в усіх регіонах України. Така широка географія пояснювалася сприятливими природно-кліматичними умовами: помірною температурою, достатньою кількістю опадів і високим рівнем сонячної активності, що створювало оптимальне середовище для розвитку багаторічних насаджень.

Однак упродовж останніх двадцяти років політичні та економічні умови в країні зазнали значних змін, які відчутно вплинули на динаміку розвитку галузі. Серед найбільш важливих подій, що визначили сучасний контекст функціонування сектору, можна назвати:

- вступ України до Світової організації торгівлі у 2008 році;
- початок бойових дій на сході країни у 2014 році;
- запровадження Поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі з Європейським Союзом у межах Угоди про асоціацію, що повністю вступила в силу 1 вересня 2017 року;
- початок процесу перемовин щодо вступу України до ЄС.

Ці зміни зумовили необхідність перегляду державної політики підтримки аграрного сектору, зміну зовнішньоторговельних орієнтирів та трансформацію регіональної структури виробництва.

Найбільш драматичним фактором для галузі стали повномасштабні військові дії та тимчасова окупація частини територій, що розпочалися 24 лютого 2022 року. Вони спричинили втрату значних площ сільськогосподарських земель, пошкодження або знищення інфраструктури та багаторічних насаджень, скорочення трудових ресурсів, а також суттєві порушення в логістичних ланцюгах. Усі ці процеси комплексно вплинули на стабільність та ефективність функціонування вітчизняного плодовоовочевого виробництва.

Після початку повномасштабного вторгнення ягідна галузь України змогла частково відновити свої позиції, насамперед завдяки активізації виробництва в нових регіонах та розширенню програм грантової підтримки. Структура ринку за видами культур залишалася відносно стабільною: провідне місце традиційно займала суниця садова, яка є найбільш поширеною як за площами вирощування, так і за рівнем споживання. Другу сходинку посідала малина, тоді як лохина утримувала третє місце. Такий розподіл зберігався до моменту окупації частини південних областей, що істотно вплинуло на регіональну структуру виробництва.

За інформацією Держстату України, у період з 2015 по 2023 роки спостерігається стійке скорочення площ під суницею садовою: з 8,2 тис. га до 7,0 тис. га. (рис. 2.1). Така динаміка значною мірою зумовлена наслідками воєнних дій, а також відсутністю достатньої кількості сертифікованого посадкового матеріалу. В Україні майже повністю припинили діяльність офіційні розсадники суниці садової: частина була ліквідована, інша — опинилася на тимчасово окупованих територіях.

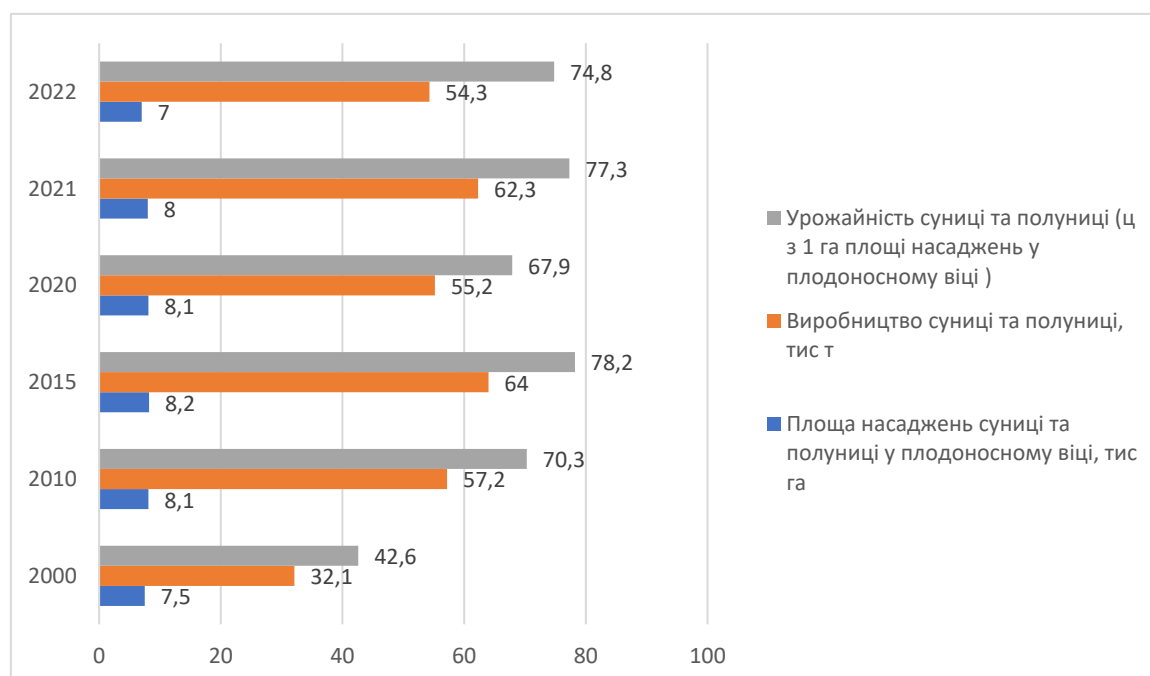


Рис. 2.1. Динаміка виробництва, урожайності та площі насаджень суниці та полуниці*
 *за даними [22]

У результаті цих факторів відбулося скорочення валового виробництва: з 62,3 тис. тонн у 2021 році до 53,4 тис. тонн у 2022 році. Таким чином, простежується чітка тенденція до зниження обсягів виробництва ягоди на національному рівні. Динаміка врожайності також була нестабільною. У 2015 році вона становила 78,2 ц/га, у 2020 році зменшилася до 67,9 ц/га, а вже у 2022 році демонструє відновлення, піднявшись до 74,8 ц/га.

Переважна частка суниці садової – близько 90% – вирощується в господарствах населення, що визначає специфіку ринку та ускладнює його структурованість. У 2023 році найбільші обсяги виробництва припадали на кілька регіонів: Житомирську, Київську, Дніпропетровську, Волинську та Львівську області. Сукупно вони забезпечили близько 44 % загального українського врожаю (рис. 2.2).

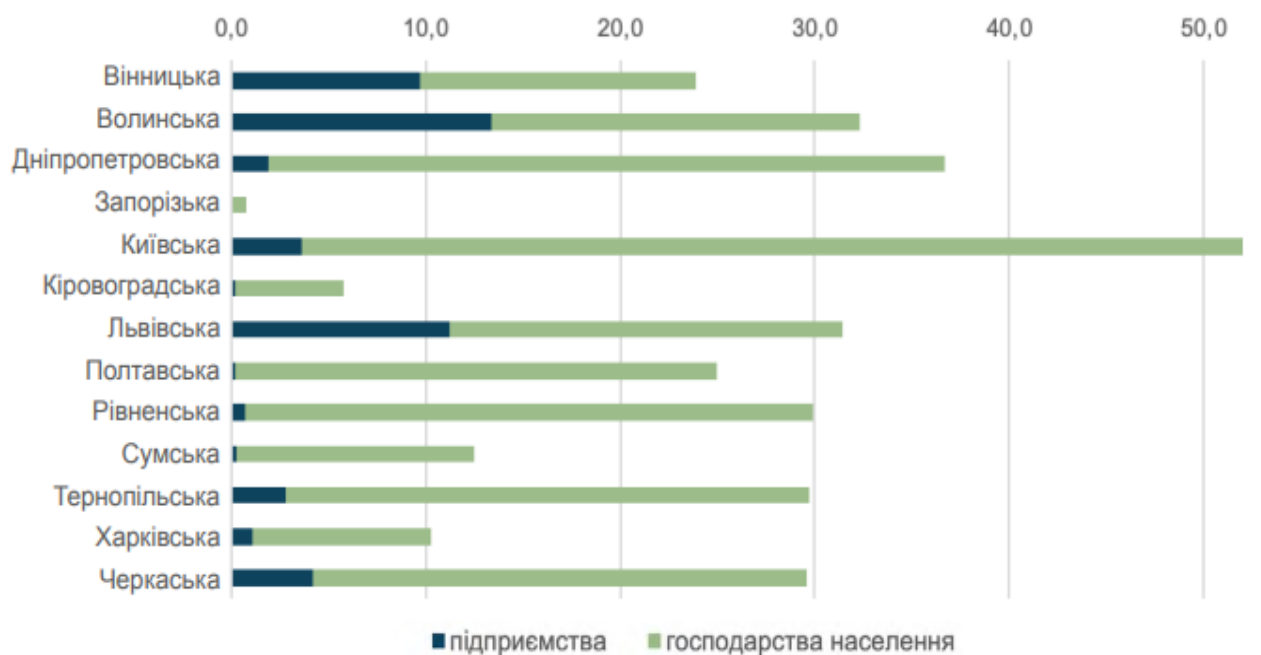


Рис. 2.2. Динаміка виробництва суниці садової у розрізі областей України у 2023 р.*

*за даними [20, с.9]

Житомирська область не відображена на рисунку, що пояснюється тим, що статистичні дані неможливо виокремити за категоріями «підприємства» та «господарства населення» через домінування у регіоні кількох великих

виробників, які формують основний обсяг виробництва. Проте ця область на сьогодні є провідним виробником суниці садової [20].

Сезон вирощування суниці садової в Україні упродовж останніх років характеризується підвищеною кліматичною нестабільністю. Виробники дедалі частіше стикаються з різкими температурними коливаннями, які суттєво впливають на строки вегетації, стан рослин та підсумкову врожайність. Особливо складним видався перехідний період 2023-2024 років, коли теплі фази змінювалися нетиповими морозами, що створило додаткові ризики для господарств як із закритим, так і з відкритим ґрунтом. Першими розпочали сезон виробники, що працюють у високих тунелях. Уже на початку лютого конструкції традиційно закривають, щоб стимулювати ранню вегетацію рослин. Однак цього року сприятливе тепло кінця січня та перших днів лютого різко змінилося сильними морозами до $-15...-20\text{ }^{\circ}\text{C}$.

Більшість господарств, які додатково використовували агроволокно, змогли захистити рослини від критичних пошкоджень. Проте навіть попри укриття, низькі температури суттєво стримували розвиток насаджень. Холодна весна додала складнощів. Лише окремим виробникам вдалося отримати ранню продукцію у другій половині квітня – переважно це були невеликі фермерські господарства з високим рівнем контролю за мікрокліматом.

Серед виробників, що культивують суницю у відкритому ґрунті, найменших втрат зазнали ті, хто вирощував її на рівній поверхні або завчасно укрит гребені агроволокном. Натомість плантації, де гребенева посадка залишалася без захисту, отримали значні пошкодження від морозів, особливо це стосувалося ремонтантних сортів, чутливих до різких змін температури.

Весняний період також виявився непростим. Березень, як і в попередні роки, розпочався з аномально теплих днів, що стимулювало передчасне відновлення вегетації. Однак квітень був надзвичайно нестійким: часті поворотні морози, локальні снігопади та температурні «гойдалки» пригальмували розвиток рослин. Остаточний удар по насадженнях завдали заморозки у травні – вони були доволі сильними та тривалими, що призвело до втрат квіток і потенційного врожаю.

На багатьох територіях старт сезону ускладнювали рясні опади. Постійна вологість сприяла активному поширенню грибкових хвороб, з якими господарства змушені були боротися ще до початку основного збору врожаю. [4].

У сукупності ці фактори підкреслюють: кліматичні ризики стають ключовим елементом планування ягідного виробництва, а адаптація технологій – необхідною умовою стабільності галузі.

До війни на території тимчасово окупованої Херсонщини та сусідніх південних регіонів зосереджувалося близько 40% виробництва суниць садової. Після втрати доступу до цих площ фермери з контрольованих областей почали активно включати суницю до своїх виробничих програм, намагаючись компенсувати втрати ринку.

Втім, за оцінками Української плодоовочевої асоціації, статистика наразі ще не повністю фіксує реальні масштаби цього розширення, зокрема через високу динамічність виробничих процесів та складність збору актуальних даних у воєнний час.

В Україні мала частина плантацій лохини, але вона показує загальну тенденцію росту виробництва майже вдвічі з 2022 року. Це зумовлюється появою нових плантацій, і поступовим збільшення врожайності старих.

Для виробників лохини 2025 рік виявився надзвичайно складним. У низці регіонів частина бруньок ушкодилася внаслідок сильних зимових морозів. Навесні ситуація ускладнилася ще більше: далеко не всі господарства змогли зберегти цвіт, адже під час періоду цвітіння температура подекуди опускалася нижче -5°C , що фактично унеможливило ефективний захист рослин навіть за умови вчасно проведених заходів.

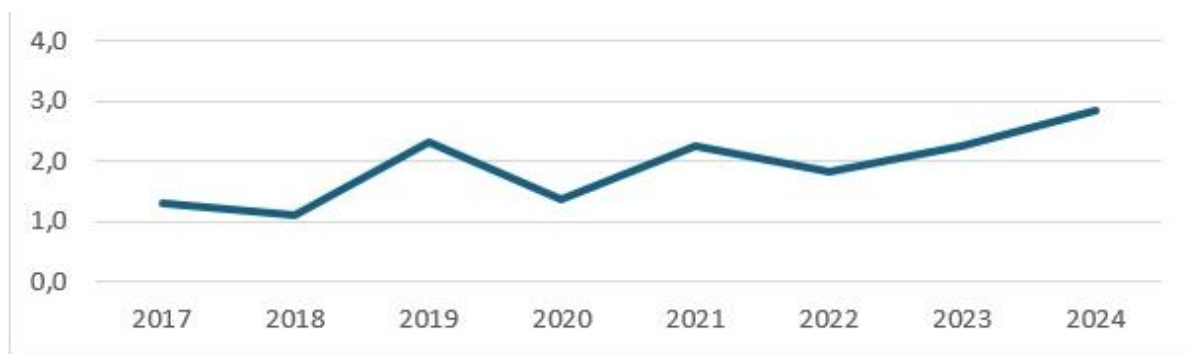


Рис. 2.3. Динаміка виробництва лохини в Україні, тис тонн*

**за даними [10]*

Цінова ситуація цього року на оптових ринках залишалася відносно стриманою. Найбільш вигідною модель реалізації стала організація власних локальних точок продажу, що дозволило виробникам отримувати вищу маржу. Водночас така форма збуту була доступнішою переважно для невеликих господарств. Окрема структура витрат і доходів спостерігалася у тих виробників, які працювали з експортом свіжої ягоди, адже для них формування кінцевої ціни залежало від зовнішньої логістики та специфіки міжнародних контрактів. [4].

В Україні вже 3 роки триває повномасштабна війна, песимістичні прогнози початку 2022 року та нестабільну ситуацію в країні, деякі напрямки агропромислового сектору продовжують свій розвиток. І передусім це стосується ягідної галузі України, яка демонструє не лише збільшення площ насаджень, але й зростання валового виробництва ягоди. У 2011-2021 роках площі під малиною зросли на 6%, тоді як площі під суницею, агрусом та смородиною скоротилися. Швидке зростання виробництва малини було спричинене декількома причинами, серед яких можна виділити наступні: створення плантацій малини потребує значно менше інвестицій, ніж, наприклад, лохини; малина набагато швидше досягає промислового плодоношення; серед фермерів поширена думка, що технологія вирощування цієї культури значно простіша порівняно з іншими, хоча насправді це не так; дуже високі ціни на малину протягом останніх 2–3 років, через що багато малих і середніх підприємств висадили малину [20].

Починаючи з 2017 року і до 2024 року включно Україна нарощувала потужності з виробництва малини. Цьому сприяли дуже високі ціни на ягоду, які хоч періодично і падали, б'ючи по деяким виробникам, які планували надприбутки, і навіть вганяючи їх у збитки, але в цілому були сприятливі для розвитку галузі. Ще один плюс вирощування малини — на відміну від лохини чи яблук, урожай можна збирати вже через рік, а отже і вкладені інвестиції повертаються швидше [4].

Динаміка урожайності малини є досить позитивною. У підприємствах урожайність виросла із 15,3 ц/га в 2011р. до 44,0 у 2023 р., а у господарствах населення – з 57,9 ц/га до 80,5 і залишається значно кращою, ніж у підприємствах (у 2023 р. вона була вищою у 1,8 раза) (рис. 2.4)

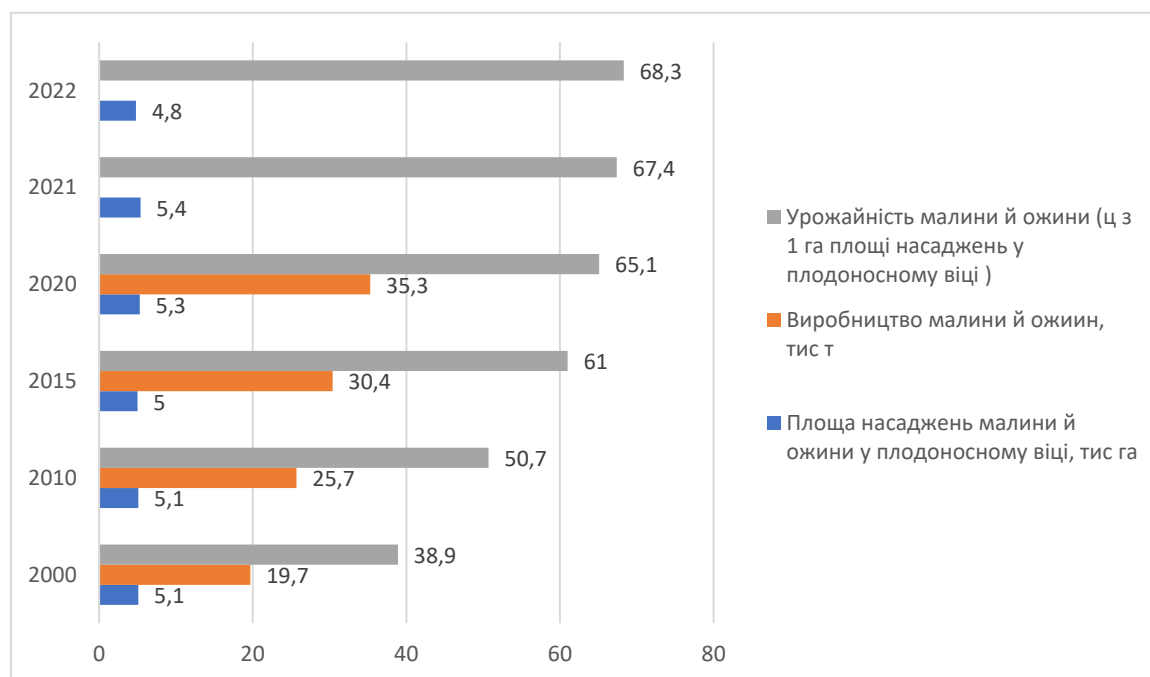


Рис. 2.4. Динаміка виробництва, урожайності та площі насаджень малини й ожини*

*за даними [22]

На урожайність малини впливають як сорти, так і технології вирощування. Щодо сортів малини, які вирощують в Україні, то в цьому питанні варто розділяти професійних виробників ягід і домогосподарства. Так, дрібні господарства часто вирощують малину невідомої репродукції. Асоціація вважає, що це Полка та Полана – хороші польські сорти, однак з низькою якістю

садивного матеріалу саме через неконтрольовану їх репродукцію¹⁰. Водночас професійні виробники малини в Україні переважно вирощують теж ремонтантні сорти з високою якістю садивного матеріалу. В Україні 89% ягоди вирощується в господарствах населення. Найбільше малини в 2023 році було вирощено в Київській, Дніпропетровській, Вінницькій, Черкаській та Рівненській областях. Сукупно виробниками даних областей генерується 42% українського валового збору малини [20].



Рис. 2.5. Динаміка виробництва малини та ожини у розрізі областей України у 2023 році*

*за даними [20, с.10].

Сезон вирощування малини у 2024 році суттєво відрізнявся між регіонами. У багатьох господарствах літні сорти постраждали через весняне висихання ґрунту, що актуалізувало проблему забезпечення плантацій вологою у критичні періоди. Через це строки збирання врожаю були суттєво зміщені. Ті виробники, яким вдалося зберегти насадження, отримали добрий урожай і скористалися високими цінами, адже попит на якісну ягоду для свіжого ринку залишався стабільно високим. Частину потреб заповнювали ремонтантні сорти, які в багатьох випадках забезпечили триваліше плодоношення.

Ситуація з ремонтантною малиною також різнилася. У господарствах, де насадження постраждали лише незначно, збір почався приблизно на два тижні пізніше від звичного терміну. Там, де заморозки у травні були сильнішими,

урожай розпочали збирати із затримкою майже на місяць. Осінні погодні умови також вплинули на сезон: слабкі заморозки до -2°C майже не пошкодили ягоду, лише дещо уповільнивши плодоношення, тож у деяких регіонах збирання тривало навіть у жовтні. Натомість локальні зниження температури до -6°C у вересні фактично завершили сезон для частини виробників.

У підсумку в більшості господарств зафіксовано недобір урожаю малини у відкритому ґрунті, хоча рівень цін залишався вигідним. Вирощування малини у закритому ґрунті в Україні досі залишається обмеженим і займає невелику частку виробництва [4].

У Львівській області компанія «Агро Фрутіка Бишків» вирощує малину на площі близько 12 гектарів. Наразі господарство тестує новий сорт Дельніва, який розглядають як перспективний для механізованого збирання. Це питання є надзвичайно актуальним, оскільки використання ручної праці значно знижує рентабельність вирощування – у середньому вона становить лише 5-15% навіть за максимально можливої врожайності 10-12 т/га. Висока вартість ручної праці та небажання людей працювати за низьку оплату призводять до того, що 50-60% виробничих витрат припадає саме на збір ягоди (за розцінками 20-30 грн за кілограм). Близько 200 га, з яких приблизно 100 га припадає на промислові плантації, а решта – на присадибні ділянки [4].

У 2024 році виробники ожини, які вирощують ягоду в тунельних укриттях, отримували за ранній врожай у червні близько 1000 грн за кілограм. Хоча обсяги продукції на початку сезону були невеликими, попит повністю покривав пропозицію, тож уся зібрана ягода без проблем знаходила свого покупця.

В Україні немає чіткої системи обліку виробництва ожини, як-от у США чи країнах ЄС, стверджують експерти ринку. Багато ягід вирощуються на приватних або малих фермах, які не звітують до Держстату або звітують у загальній категорії «інші ягоди».

Україна посідає друге місце в Європі та фактично друге у світі за обсягами виробництва чорної смородини. Станом на 2024 рік валовий збір ягоди становив близько 228,4 тис. ц. (рис. 2.6)

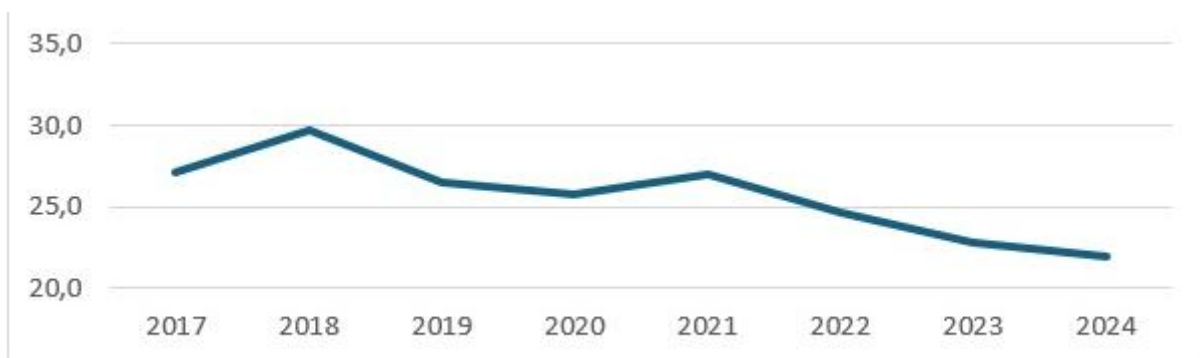


Рис. 2.6. Динаміка виробництва смородини в Україні, тис тонн*

*за даними [10]

Загальна площа насаджень чорної смородини в Україні сягає 3,5 тис. га, при цьому частка порічок не перевищує 5%. Хоча галузь зазнала менших втрат у 2022 році порівняно з іншими культурами, виробництво смородини продовжує скорочуватися – у середньому на 6-7% щороку (рис. 2.7).

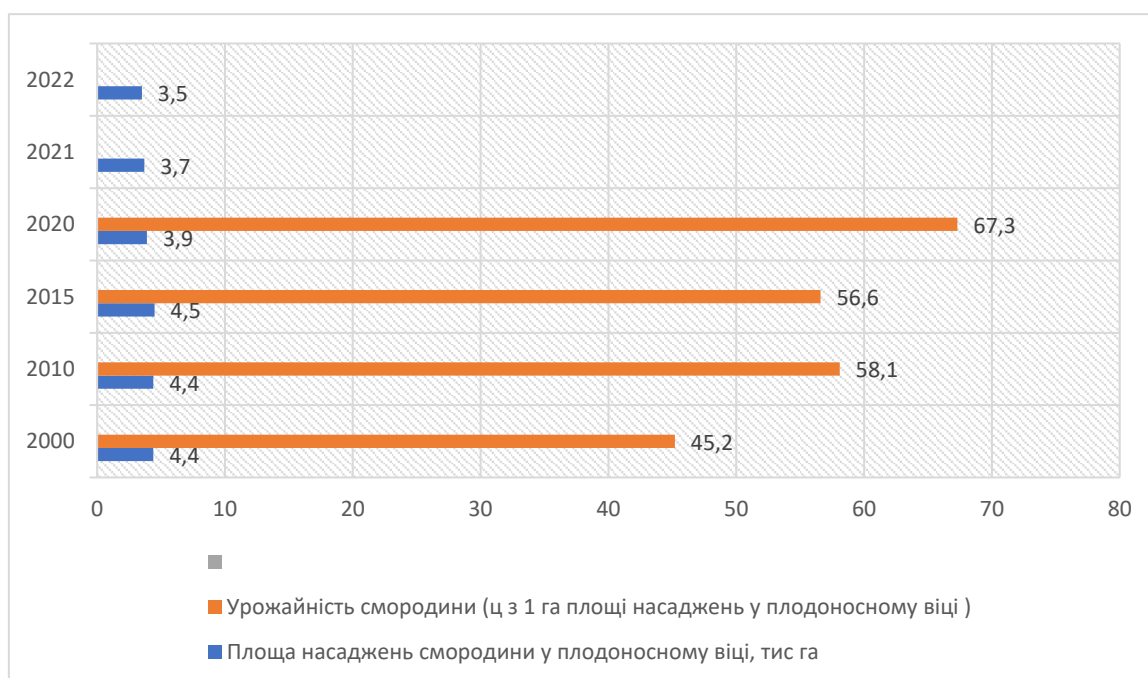


Рис. 2.7. Динаміка виробництва, урожайності та площі насаджень смородини*

*за даними [22]

Близько 75% промислових насаджень чорної смородини в Україні представлені сортами вітчизняної селекції, зокрема: Голосіївська-2, Аметист, Вернісаж, Верховина, Володимирська, Козацька, Софіївська, Черешнева, Ювілейна Копаня. Іноземні сорти наразі поступаються українським як за адаптаційними властивостями, так і за врожайністю, проте певна частина

господарств продовжує вирощувати популярні сорти польської селекції – Тібен, Тісель, Рубен, Гоферт та інші.

Сучасний ринок ягідної продукції демонструє динамічний розвиток і продовжує адаптуватися до нових економічних, кліматичних та технологічних викликів. Ключовими тенденціями є поступовий перехід виробників до більш інтенсивних та технологічних систем вирощування, зокрема впровадження краплинного зрошення, тунельних укриттів, сучасних сортів та елементів автоматизації збирання. Зростає також роль ремонтантних та експортноорієнтованих сортів ягід, що забезпечують високу якість і триваліший сезон реалізації.

Світовий ринок формує цінову політику, що стимулює виробників орієнтуватися на переробку та заморожування, водночас залишаючись залежними від міжнародної кон'юнктури. На внутрішньому ринку простежується підвищення попиту на якісну свіжу ягоду, зокрема малину, лошину та ожину, тоді як нішева продукція продовжує набирати популярності серед малих і середніх фермерів.

Військові події та погодні ризики зумовлюють необхідність модернізації виробництва, оптимізації трудових ресурсів і впровадження більш стійких агротехнологій. Успішний розвиток галузі залежить від здатності виробників відповідати умовам ринку, використовувати сорти, адаптовані до кліматичних змін, і впроваджувати інноваційні рішення.

Отже, ягідна галузь України зберігає значний потенціал зростання, а її подальший розвиток визначатимуть технологічна модернізація, експортна спрямованість та підвищення ефективності виробничих процесів.

2.2. Оцінка рівноваги попиту і пропозиції на ринку ягідної продукції.

Ринок сільськогосподарської продукції підпорядковується універсальним законам ринкової економіки, водночас характеризується специфічними рисами, які в багатьох випадках спричиняють відмінні ринкові поведінкові реакції порівняно з іншими ринками. Проте найважливішим принципом, що формує рівень цін на ринку сільськогосподарської продукції, є закон попиту та

пропозиції. Слід підкреслити, що ринок виконує багато функцій в економіці, зокрема: керівну, алокаційну, адаптаційну, регуляційну, а також інноваційну. Крім того, як механізм координації економічних дій, він відображає різні типи відносин між суб'єктами, що беруть участь в обміні благами, такими як: продавець–покупець, продавець–продавець, покупець–покупець.

Зв'язки, що виникають між окремими елементами ринку, тобто між пропозицією, попитом і ціною, називаються ринковим механізмом. Відповідно до його сутності, основні елементи ринку – пропозиція, попит і ціна – тісно взаємопов'язані. Це означає, що зміни в межах будь-якого з цих елементів впливають на інші.

Ринковий механізм можна також представити як систему зі зворотним зв'язком між попитом, пропозицією та ціною, між якими існують постійні взаємозалежності. Ринки плодоовочевої продукції та механізми, що ними керують, функціонують за подібними принципами, як і ринки інших товарів, зберігаючи при цьому власну специфіку. Ринок фруктів і овочів розглядається як складова сільськогосподарського ринку, але вирізняється наявністю автономних локальних ринків, високим рівнем сезонності, значною часткою малих, неорганізованих суб'єктів, а також широким асортиментом продукції з різним рівнем якості.

Слід підкреслити, що плодоовочева продукція характеризується значною різноманітністю щодо тривалості зберігання, стійкості до транспортування, а також неоднорідності якості та правил підготовки товару до продажу, що істотно впливає на нестабільність плодоовочевого ринку.

Ціни на ринку ягід визначаються багатьма чинниками, сила та напрям впливу яких є дуже складними для прогнозування. Вони характеризуються численними коливаннями, переважно сезонними, що пов'язані також із регулярними виробничими та ціновими циклами. Варто зазначити, що ціни на ягоди на оптових ринках зазнають суттєвих коливань і протягом доби. Такі явища значно обмежують можливості прогнозування майбутніх цін.

Характерною є також те, що ціни на агропродовольчу продукцію є високо індивідуалізованим параметром, який завжди стосується конкретного продукту на певному ринку.

Більше того, ця величина є різною для кожної окремої одиниці певного продукту. Вища нестабільність цін на ринку фруктів і овочів, як і на всьому аграрному ринку, вирізняє його від більшості інших ринків.

У випадку ринку ягід, призначених для безпосереднього споживання, важливо, щоб передача цінових сигналів відбувалася ефективно, а цінова інформація відображала рішення суб'єктів, які беруть участь в обігу цих товарів.

Ринки плодоовочевої продукції та механізми, що ними керують, функціонують за подібними принципами, що й ринки інших продуктів, зберігаючи при цьому власну специфіку. До чинників, які вирізняють аграрні ринки серед інших, належать:

- високий рівень конкуренції, зумовлений великою кількістю виробників;
- велика кількість кінцевих споживачів;
- просторовий характер ринку;
- циклічність і сезонність;
- низька цінова еластичність попиту та пропозиції;
- високий ціновий ризик.

До причин мінливості плодоовочевого ринку також належать:

- відсутність координації між учасниками ринку;
- недостатня узгодженість дій між ринковими суб'єктами;
- відсутність ринкових лідерів;
- обмежені економічні ресурси учасників;
- недостатнє планування торговельних зв'язків між окремими суб'єктами;
- відсутність стратегії розвитку садівництва
- характер продукції (нетривалість зберігання, швидке псування, ніжність).

Часто згадувані диспропорції між попитом і пропозицією на агропродовольчому ринку, зокрема плодоовочевому, мають різноманітний характер. Можна виокремити суперечності на рівнях:

- виробник – харчова промисловість,
- виробник – споживач,
- харчова промисловість – споживач.

Ці розбіжності стосуються, зокрема, різнорідності якості пропонованої продукції та кількості доступного асортименту, що впливає з того, що надмірне роздрібнення господарств зменшує виробничий потенціал садівників.

Механізми цінових взаємозв'язків на ринку агропродовольчої продукції є надзвичайно складними. Це явище зумовлене передусім різноманітною організаційною структурою та широким асортиментом продукції. Така специфіка створює можливість аналізу трансмісії цін на аграрних ринках, у тому числі плодоовочевих, у багатьох вимірах: часовому, просторовому, а також у контексті вертикально інтегрованих каналів.

Ціни на ринку ягід визначаються численними факторами, сила та напрямок впливу яких є дуже важкими для прогнозування. Вони характеризуються значними коливаннями, переважно сезонними. Безпосередньою причиною появи сезонних коливань є пори року, які змінюють кліматичні умови, що, у свою чергу, впливає на виробництво й пропозицію товарів, особливо сільськогосподарських.

Окрім традиційних сезонних коливань, спостерігаються також коливання соціального характеру, що виникають у періоди свят, урочистостей та інших подій. Варто підкреслити, що сезонність на аналізованому ринку призводить до появи багатьох негативних наслідків. Саме від неї значною мірою залежить формування пропозиції, а також рівня цін. Для порівняння, у 2024 році перші партії лохини з відкритого ґрунту з'явилися на ринку близько 20 червня, тобто на тиждень раніше, ніж зазвичай. Тоді пропозиція була обмеженою, а попит – надзвичайно високим. Ягода реалізовувалася за ціною 200-350 грн/кг, що відповідало 4,65-8,13 €/кг за тодішнім валютним курсом.

У підсумку середня стартова ціна на лохину у 2024 році для дрібногуртових партій була приблизно на 18% вищою, ніж у 2023-му, але водночас удвічі нижчою в гривневому еквіваленті порівняно з цінами 2025 року. Підвищення

вартості у 2024 році було пов'язане зі зменшенням валового збору через несприятливі погодні умови в період дозрівання культури.

Аналітики зазначають, що у 2025 році ситуація виявилася ще складнішою з агрокліматичної точки зору. Тому стартові ціни на лохину вже третій рік поспіль перевищують рівні попереднього сезону – як у гривневому, так і в євровому вимірі [27].

Важливою складовою аналізу ринку є вивчення каналів збуту плодово-ягідної продукції. Від їх вибору залежить ефективність діяльності сільсько-господарських підприємств. Господарства населення реалізують плоди переважно на стихійних та придорожніх ринках. Це зумовлює нестабільність товарної пропозиції, звужений асортимент та сортимент продукції, низьку товарну якість.

Попри скромні масштаби, особисті селянські та фермерські господарства залишаються важливими учасниками аграрного виробництва країни. Вони забезпечують істотну частку валового випуску низки ключових продуктів: виробляють близько 78% молока, 74% яловичини й телятини, 35% свинини, 17% м'яса птиці, майже 89% овочів і понад 99% картоплі. Такий розподіл свідчить про вагомую роль дрібнотоварного сектору у формуванні продовольчої безпеки та задоволенні потреб внутрішнього ринку.

Аналіз структури аграрного виробництва свідчить про поступове скорочення обсягів продукції, що виготовляється домогосподарствами, які раніше відігравали провідну роль у багатьох сегментах ринку (табл. 2.2).

Великий внесок у розвиток галузі роблять невеликі фермерські господарства. Саме вони формують основу виробництва малини й чорниці, часто об'єднуючись у кооперативи або працюючи через партнерські компанії-заготівельники. У 2024 році Україна увійшла до трійки найбільших експортерів замороженої малини до країн ЄС, і чимало партій забезпечувалися саме через дрібних виробників. Такі фермери відіграють дедалі важливішу роль у збереженні сировинної бази та створенні робочих місць у регіонах.

Таблиця 2.2. Структура виробництва сільськогосподарської продукції за категоріями виробників*

	2015 р.		2019 р.		2021 р.	
	Рослинництво	Тваринництво	Рослинництво	Тваринництво	Рослинництво	Тваринництво
Підприємства	54,6	45,6	55,8	49	56,3	50,8
Фермерські господарства	11,5	1,9	14,1	2,3	14,9	2,9
Господарства населення	33,9	52,5	30,1	48,7	28,8	46,3

*за даними [22]

Сільськогосподарські підприємства України здійснюють реалізацію плодів та ягід за наступними каналами: переробним підприємствам – 25,3 % (40,9 тис. тонн) пересічно за 2006-2010 рр., на ринку, через магазини, ларьки, палатки – 29,7% (48,0 тис. тонн) та за іншими каналами (комерційним структурам) – 41,4 % (66,8 тис. тонн) (табл. 2.1).

Зазначається, що ціна реалізації ожини – 60-70 грн/кг у високий сезон. При цьому зазначається, що зростаючий попит на ягоди може сприяти збільшенню виробництва та експорту ожини [30].

В Україні помітно зростає кількість підприємств, що спеціалізуються на шоковому заморожуванні ягід, тому проблем із реалізацією продукції фермери практично не мають. Ба більше, переробні компанії зацікавлені у розширенні сировинної бази, тож нерідко підтримують виробників, надаючи їм безоплатний садивний матеріал в обмін на довгострокові домовленості щодо закупівлі врожаю за ринковими цінами. Такий підхід вигідний обом сторонам: торік середня закупівельна ціна трималася близько 40 грн/кг, а вартість експорту високоякісної замороженої ягоди стартувала приблизно від 3,2 євро/кг.

Таблиця 2.1. Реалізація ягідної продукції сільського господарства підприємствами та господарствами населення*

Ягідна продукція	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.
Смородина	9219,9	12606,7	9582,7	13166,6	26536,6	35528,8
Малина та ожина	26949,7	24122,7	25567,3	36324,7	46184,2	74216,7
Лохина	126845,9	157492,1	149904,6	116497,4	154485,9	140195,3
Суниці та полуниці	17037,8	26679,8	27447,7	28923,6	37987,5	33129,4
Кількість реалізованої продукції сільського господарства						
Смородина	17037,8	26679,8	27447,7	28923,6	37987,5	33129,4
Малина та ожина	1661,1	1633,8	1625,5	1154,7	1285,7	787,9
Лохина	936,8	1152,6	718,7	1801,8	929,7	1436,7
Суниці та полуниці	4921	3709,8	4102	3345,6	2295,9	3613,7

*за даними [22]

Ще одним важливим стимулом для розвитку малинників є державні програми підтримки. У межах грантових проєктів виробники можуть отримати фінансування на закладання ягідних насаджень: від 140 до 400 тис. грн на гектар для площ від 1 до 25 га. Розмір допомоги покриває до 70% витрат на створення плантації. Таким чином, галузь заморожених ягід має стабільний експортний потенціал і продовжує активно розвиватися [11].

В Україні переробка вирощених ягід недостатньо розвинена. Ягоди переважно заморожують та відправляють в інші країни, де здійснюється подальша переробка та отримується більша додану вартість. Але водночас бачимо, що Україна залишається надійним постачальником якісних та безпечних ягід на міжнародні ринки, особливо органічних. Навіть під час війни українські фермери продовжують виробляти та експортувати свою продукцію, демонструючи гнучкість та стійкість ягідного сектору. Як говорять експерти, Україна має всі умови стати регіональним центром розсадництва, де будуть вирощувати саджанці з міжнародною сертифікацією і для власних потреб, і для

ринків Середньої Азії та інших регіонів, де виробляти садивний матеріал складно й дорого [20, с.9].

Розвиток диспропорцій у попиті і пропозиції дає змогу відстежити аналіз динаміки цін. Процес ціноутворення на плодово-ягідну продукцію відбувається під постійним впливом багатьох і часто суперечливих факторів, що негативно впливають на стабільність у розвиток внутрішнього ринку плодів і ягід. Це визначило необхідність проведення досліджень цінової ситуації на внутрішньому ринку плодово-ягідної продукції та пошук резервів збільшення обсягів реалізації за оптимальними для виробників і споживачів цінами.

Ціни на ягідну продукцію в Україні формуються під впливом комплексу економічних, виробничих та ринкових факторів. Насамперед вони залежать від сезонності: у період надходження ранньої ягоди (в теплицях або тунелях) ціни традиційно значно вищі через обмежену пропозицію. У розпал сезону, коли на ринку зростає обсяг продукції з відкритого ґрунту, ціни знижуються. Важливу роль відіграє врожайність – у роки з несприятливими погодними умовами (посухи, заморозки, надмірні опади) пропозиція скорочується, що підштовхує ціни вгору.

Собівартість виробництва також є ключовим чинником ціноутворення. Найбільшу частку витрат становлять ручна праця, збирання, логістика та витрати на догляд за насадженнями. Зростання вартості робочої сили, добрив, засобів захисту та пального безпосередньо впливає на кінцеву ціну ягід. Рівень конкуренції серед виробників і доступність імпортової продукції можуть стримувати надмірне зростання цін.

Значний вплив має і зовнішня кон'юнктура: оскільки частина українських ягід спрямовується на заморожування та експорт, внутрішні ціни часто корелюють зі світовими. Якщо на міжнародному ринку спостерігається низький попит або переважання пропозиції, ціни на заморожені ягоди знижуються, що відповідно відображається на закупівельних цінах в Україні. У роки високого попиту – навпаки, українські виробники отримують вищу ціну.

У підсумку ціноутворення на ягідну продукцію в Україні є результатом взаємодії локальних аграрно-економічних умов та глобальних ринкових процесів, що робить ринок динамічним і чутливим до будь-яких змін у виробництві, логістиці та зовнішній торгівлі.

Швидка втрата свіжими плодами і ягодами споживчих властивостей, малі обсяги переробки на місцях виробництва змушують товаровиробників реалізовувати певну частку продукції (25-30%) переробним підприємствам за цінами значно нижчими, ніж на ринку, в 2-2,5 рази. Водночас цей напрям збуту продукції є найменш організованим, упорядкованим і прозорим. Здебільшого це продаж продукції безпосередньо з поля, з ферм, зі складу, з подвір'я і т. д. комерційним структурам і посередникам, які контролюють експортні, оптові й дрібнооптові товаропотоки, значні доходи від реалізації продукції. Через непрозорість на цьому напрямі маємо найнижчі ціни на продукцію і найгіршу їх кон'юнктуру.

Так, вперше за декілька років зросла частка переробних підприємств в реалізації (рис. 2.8).

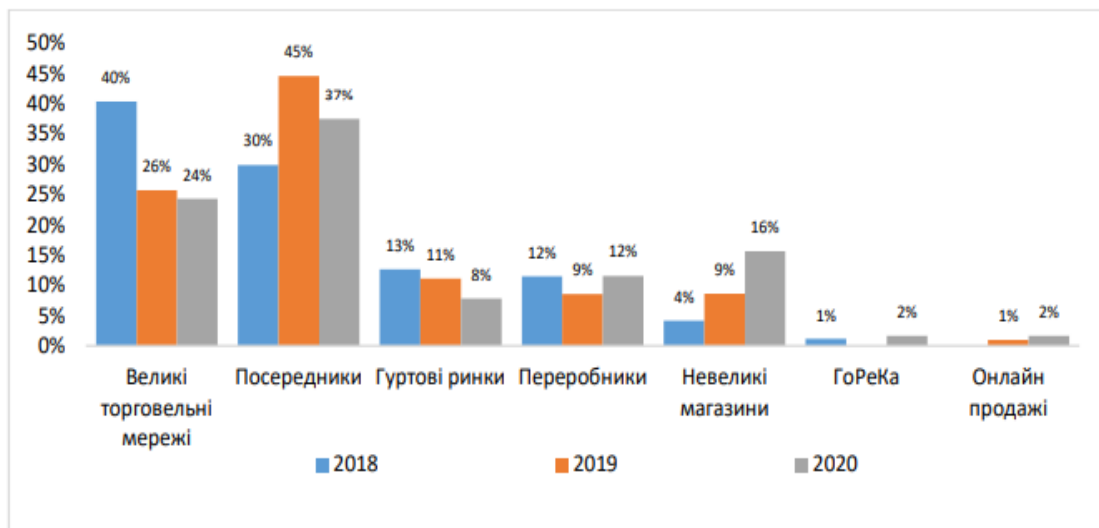


Рис. 2.8. Розподіл основних каналів збуту на внутрішньому ринку України у 2018-2020 роках*

*за даними [6]

При цьому здебільшого на такі кроки йшли саме виробники ягід (окрім виробників лохини), оскільки така продукція має доволі короткий термін зберігання. В той же час заморожену ягоду можна реалізовувати цілий рік. При цьому варто зазначити, що цього року виробники доволі активно працювали з переробниками у двох форматах: продаж вирощеної продукції в якості сировини та онлайн продажі. Переробні компанії надавали послуги з заморожування та зберігання готової продукції в себе на складах. Доволі очікувано збільшилась частка малих торгівельних мереж та невеликих магазинів. Зростання інтересу до таких магазинів зрозумілий.

Одним із провідних підприємств Львівської області, яке спеціалізується на виробництві та постачанні високоякісних заморожених ягід, фруктів та овочів для харчової промисловості та сектору HoReCa, є компанія «ЯРОФРУТ». Підприємство реалізує продукцію, вирощену в екологічно чистих регіонах України, що забезпечує високу якість, безпечність та природну цінність сировини. Доставка здійснюється власним транспортом: безкоштовне транспортування по Україні можливе при мінімальному замовленні від 10 тонн, тоді як по Львову – від 600 кг, а по області – від 1 тонни.

У виробництві компанія використовує сучасну технологію шокової заморозки, яка дозволяє максимально зберегти природний смак, форму, структуру та корисні властивості ягід і фруктів. На підприємстві функціонують три лінії механічної очистки та ручного сортування, а також встановлено два оптичні сортувальники Buhler Sortex, що гарантує високий рівень чистоти та однорідності продукції.

Компанія пропонує гнучкі можливості фасування залежно від потреб клієнтів – у пакування 300 г, 500 г, 2,5 кг, ящики по 10 кг або мішки по 25 кг. Склади зберігання підтримують стабільну температуру -22...-25°C, що відповідає вимогам "глибокої заморозки".

Щороку підприємство також імпортує близько 2000 тонн замороженої продукції. Під запит клієнта «ЯРОФРУТ» може доставити продукцію з будь-якої

країни Європи, забезпечивши супровід логістики, брокерські послуги та повний пакет необхідних документів.

Для клієнтів, які потребують готового продукту під власним брендом, компанія пропонує послугу Private Label. Як сертифікований виробник, «ЯРОФРУТ» може виростити, заготовити, переробити, заморозити та упакувати продукцію за індивідуальними вимогами замовника – від окремих видів ягід чи фруктів до комплексних плодово-ягідних та овочевих міксів. Підприємство також розробляє унікальні рецептури сумішей, враховуючи специфіку подальшого використання продукту.

Компанія має можливість проводити лабораторні дослідження як в Україні, так і в європейських лабораторіях, що дає змогу гарантувати відповідність продукції міжнародним стандартам безпечності харчових продуктів. Завдяки сучасному європейському обладнанню «ЯРОФРУТ» здійснює пакування у поліетиленові та поліпропіленові пакети різних форматів і дизайнів. Крім того, фахівці компанії пропонують комплекс маркетингових послуг, включаючи розробку індивідуального дизайну упаковки та підтримку у просуванні продукції на ринку.

Завдяки високим технологічним стандартам, гнучкості та комплексному підходу, підприємство «ЯРОФРУТ» залишається надійним партнером для національних та міжнародних компаній та здатне реалізовувати масштабні проекти, гарантуючи стабільну якість продукції та вигідні умови співпраці [35].

Вплив цін на формування попиту і пропозиції на свіжі плоди і ягоди характеризують коефіцієнти цінової еластичності попиту, пропозиції та платоспроможної еластичності попиту.

Попит на ягоди значною мірою визначається купівельною спроможністю населення. Низький рівень доходів значної частини споживачів обмежує можливість приділяти достатні кошти на придбання ягідної продукції, що стримує розвиток внутрішнього ринку та знижує обсяги споживання навіть за умови наявності широкого асортименту продукції.

Отже, проаналізувавши стан рівноваги попиту і пропозиції на ринку ягідної продукції Львівської області, можна дійти таких висновків: по-перше, ринок характеризується сезонністю, що зумовлює значні коливання як обсягів продукції, так і рівня цін. У пікові періоди пропозиція зростає, що призводить до зниження цін, тоді як у міжсезоння спостерігається дефіцит та подорожчання ягід. По-друге, попит залишається стабільним, але обмеженим купівельною спроможністю населення. Незважаючи на зростання зацікавленості у здоровому харчуванні та якісних свіжих ягодах, низькі доходи значної частини споживачів стримують потенціал внутрішнього ринку. По третє, пропозиція формується переважно малими та середніми виробниками, які часто мають обмежені можливості щодо інвестицій у сучасні технології, інфраструктуру зберігання та переробки.

Рентабельність виробництва залежить від технологічного забезпечення, зокрема від можливості механізованого збирання, краплинного зрошення та використання високопродуктивних сортів. Висока частка ручної праці значно підвищує собівартість ягід.

Кон'юнктура світового ринку впливає на ціни всередині області, особливо у сегменті заморожених ягід. Зниження чи підвищення експортних цін безпосередньо відображається на прибутках місцевих виробників.

Кліматичні ризики залишаються визначальним чинником, що зумовлює коливання врожайності та пропозиції. Весняні заморозки, посухи або надмірні опади суттєво впливають на обсяги виробництва.

У комплексі ці фактори визначають динамічність та нестабільність рівноваги на ринку ягід Львівської області, що вимагає від виробників гнучкості, технологічної модернізації та орієнтації на ефективніші моделі збуту.

2.3. Динаміка експорту та імпорту ягідної продукції

У сучасних умовах розвитку аграрного сектору зовнішньоекономічна діяльність відіграє важливу роль у формуванні конкурентоспроможності ягідної галузі. Експорт та імпорт ягідної продукції є ключовими показниками інтеграції України у світовий ринок та відображають як виробничі можливості країни, так

і рівень попиту на внутрішньому та зовнішньому ринках. Аналіз динаміки зовнішньоторговельних операцій дозволяє оцінити тенденції розвитку галузі, виявити зміни у структурі товаропотоків, визначити сильні та слабкі сторони експортного потенціалу, а також зрозуміти масштаби залежності від імпоротної продукції.

Україна поступово нарощує свою присутність на ринку Європейського Союзу та зміцнює позиції у глобальному виробництві ягідної продукції. За останні роки спостерігається стійке зростання експорту українських ягід, що підтверджує позитивну динаміку розвитку галузі.

Унаслідок зростання глобального попиту на ягідну продукцію, експорт українських ягід продовжує демонструвати позитивну динаміку. Зокрема, у порівнянні з 2022 роком обсяги експорту свіжих ягід зросли на 72%, а заморожених — на 24%. Така тенденція свідчить про посилення конкурентних позицій України на міжнародному ринку та розширення географії зовнішніх поставок.

Основними імпортерами свіжих ягід залишаються Польща (34%) та Нідерланди (28%), які з 2022 року подвоїли обсяги закупівлі української продукції. Поряд із цим спостерігається збільшення частки експорту до Грузії, Німеччини, Молдови та Румунії, що свідчить про диверсифікацію ринків збуту.

У сегменті замороженої продукції ключовими торговельними партнерами є Польща (35%), Німеччина (23%), Австрія (10%) та Італія (8%). Важливо, що Німеччина та Австрія подвоїли обсяги імпорту українських заморожених ягід порівняно з 2022 роком, що підкреслює стабільне зростання їхнього попиту на українську сировину.

Водночас імпорт ягідної продукції в Україну залишається незначним. Його структура та динаміка будуть розглянуті далі за окремими видами ягід, що дозволить більш комплексно оцінити особливості внутрішнього ринку [10].

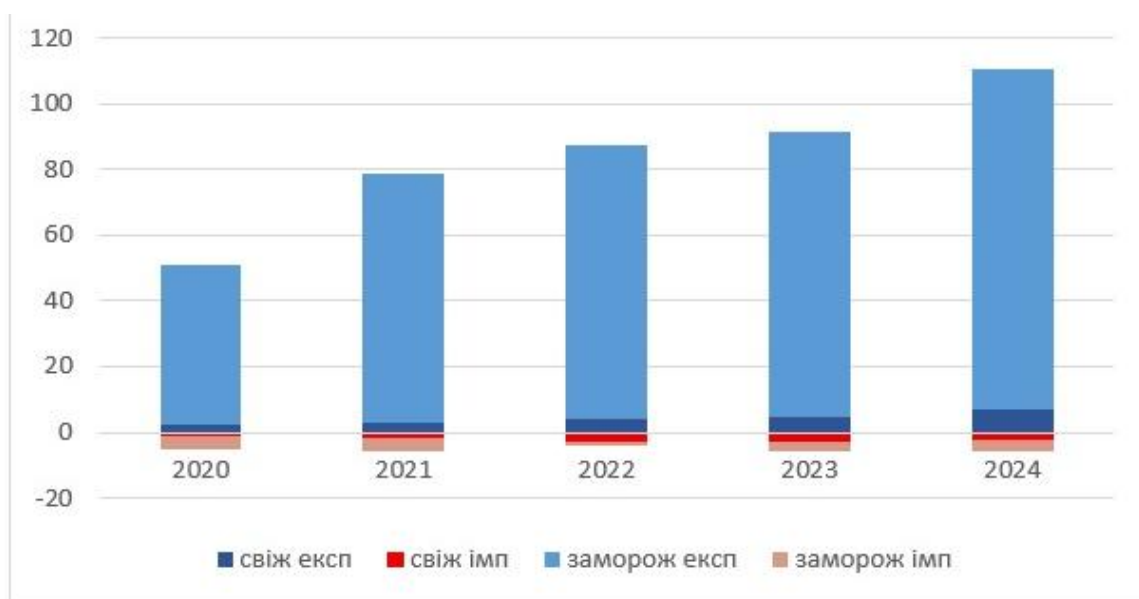


Рис. 2.9. Динаміка зовнішньої торгівлі ягідною продукцією*

*за даними [10]

У 2023 році поставки заморожених фруктів і ягід за кордон досягли 87 тис. тонн, а виручка від їх реалізації становила близько 132 млн доларів США. Наступного, 2024 року, Україна продемонструвала нові досягнення: обсяги експорту замороженої ягоди та фруктів збільшилися ще на 20% порівняно з попереднім роком і сягнули 104 тис. тонн. Основними покупцями традиційно залишаються країни ЄС – передусім Польща, Німеччина та Італія.

Хоча частка України на світовому ринку свіжих ягід поки невелика, вона стабільно зростає. У 2023 році за кордон було відправлено близько 5 тис. тонн свіжої ягоди на суму майже 18 млн доларів. До країн Європейського Союзу надійшло 3,5 тис. тонн цієї продукції, що відповідає приблизно 0,8% загального імпорту ЄС.

Серед ключових напрямків експорту свіжих ягід провідні позиції займають Польща, Нідерланди та Німеччина (рис. 2.10) [31].

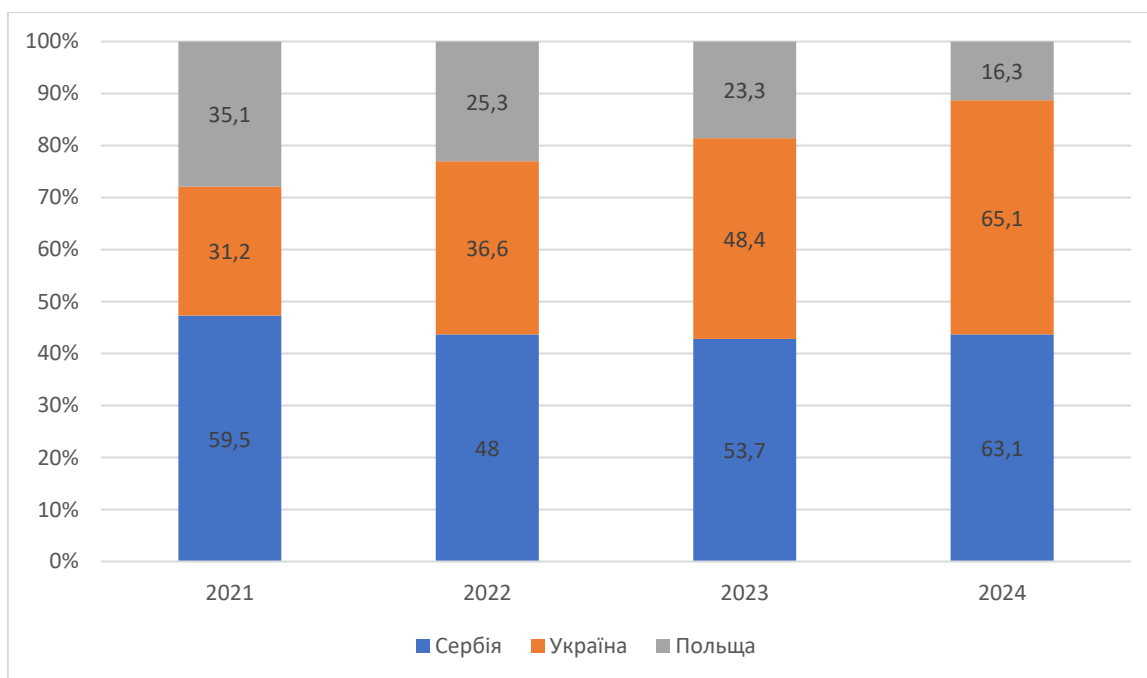


Рис. 2.10. Чистий експорт замороженої малини в 2021-2024 рр., тис тонн*
*За даними [11]

Глобальний ринок лохини демонструє подальше зростання, незважаючи на кліматичні виклики 2023-2024 років. За інформацією ІВО, у 2024 році світове виробництво перевищило 2,15 млн тонн, що майже на третину більше, ніж п'ять років тому. Площі насаджень збільшилися до 282 тис. га, і темпи розширення залишаються одними з найвищих серед інших ягідних культур.

Попит на лохину зростає не тільки в традиційних регіонах споживання – Північній Америці та Європейському Союзі, – а й у нових центрах зростання, серед яких країни Азії, Близького Сходу та Південно-Східної Азії. Особливо динамічно формується ринок Індії, де за два роки обсяги споживання лохини збільшилися утричі (рис. 2.11).

Середня експортна ціна протягом 2024 року утримувалася на рівні попереднього – близько 7 доларів за кілограм. Це свідчить про встановлення нового рівноважного порогу, спричиненого дисбалансом між зростанням пропозиції та високим попитом у 2023 році, що матиме довготривалий вплив на світовий ринок.

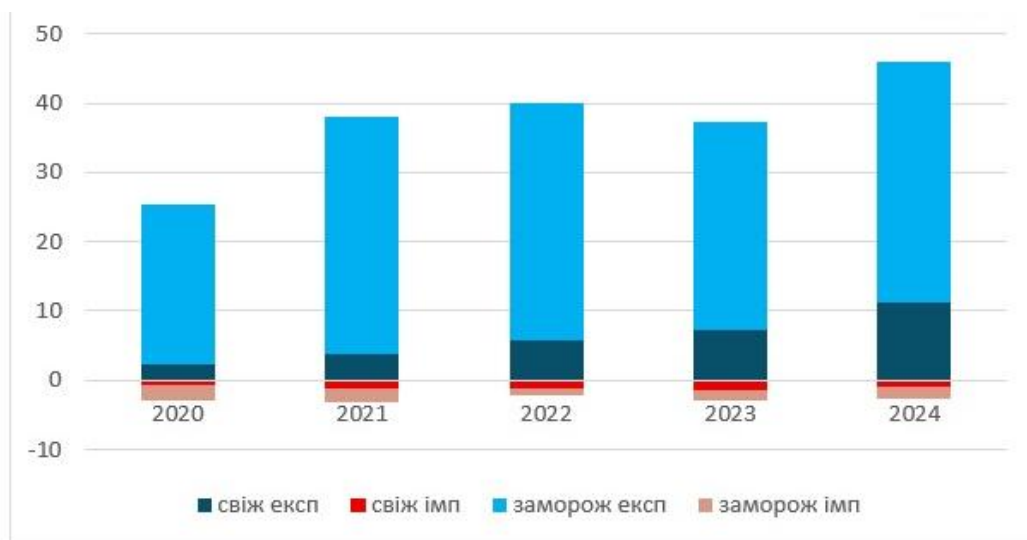


Рис. 2.11. Динаміка зовнішньої торгівлі лохиною*

*за даними [10]

Регіон ЕМЕА (Європа, Близький Схід і Африка) забезпечує лише близько 18,7 % глобального виробництва лохини, хоча обсяги її споживання тут значно більші. Дефіцит покривається за рахунок імпорتنих поставок з Перу, Чилі, Південної Африки та Польщі.

У 2025 році формується новий тренд: європейські мережі роздрібної торгівлі скорочують обсяги продукції, доставленої авіатранспортом, віддаючи перевагу товарам із низьким вуглецевим слідом і регіональним походженням. Для України це створює додаткові можливості, адже логістичний шлях «поле – супермаркет» є значно коротшим у порівнянні з постачаннями з Південної Америки чи Африки.

Ще однією конкурентною перевагою є сезонність: українська лохина потрапляє на ринок у проміжок, коли збір в Іспанії вже завершується, а в північних регіонах Польщі ще не розпочався. Це дає змогу закрити «літнє вікно» поставок у травні–червні.

Світова галузь активно переходить на нове покоління сортів. Традиційні відкриті сорти, що довгий час були основою виробництва у США та Польщі (наприклад Duke, Bluescop, Legacy), поступово втрачають попит. Виробники інноваційної генетики – Fall Creek, OZblu, Mountain Blue, Sekoya та інші – пропонують сучасні пропріетарні сорти з поліпшеними смаковими

характеристиками, твердістю та стійкістю до транспортування. Такі сорти забезпечують як вищу товарну якість, так і кращу цінову премію.

На думку IBO, перспективу матимуть сорти з категорії “high-chill premium genetics” – морозостійкі різновиди, що поєднують витривалість із характеристиками ягід південного типу (IBO 2025, розділ Genetics). Для України це особливо актуально через часті зимові морози та весняні температурні перепади.

На фоні зростання вартості робочої сили й енергоносіїв у різних країнах світу виробники дедалі активніше переходять на машинне збирання, зокрема й для ринку свіжої ягоди. IBO наводить приклади Польщі, Канади та Перу, де сучасні комбайни забезпечують мінімальні пошкодження плодів (розділ Harvest & Technology, IBO 2025). Для України механізація збору може стати визначальним чинником скорочення витрат: навіть часткова автоматизація на промислових плантаціях площею 20-40 га дає змогу зменшити операційні витрати до 30 %.

Питання підвищення продуктивності виробництва залишається одним із ключових для українських виробників, адже саме ефективність технологій і якість сортів визначатимуть конкурентоспроможність на ринку найближчими роками [9].

Зростає експорт замороженої суниці. Хоча він все ще на 20% нижчий за 2022, коли ще експортувались залишки довоєнної продукції, але вже вищий за обсяги 2023го і продовжує рости. Основними імпортерами є Польща (60%) та Німеччина (10%). Зменшується експорт свіжої суниці, що є продовженням тренду помітного ще з 2017 року. Хоча у 2024 році показники збільшились за рахунок поставок до Румунії які підвищили експорт на 30% порівняно з 2023

Збільшується частка імпорту замороженої суниці, зокрема порівняно з 2023 імпорт з Єгипту зріс втричі (рис. 2.12).

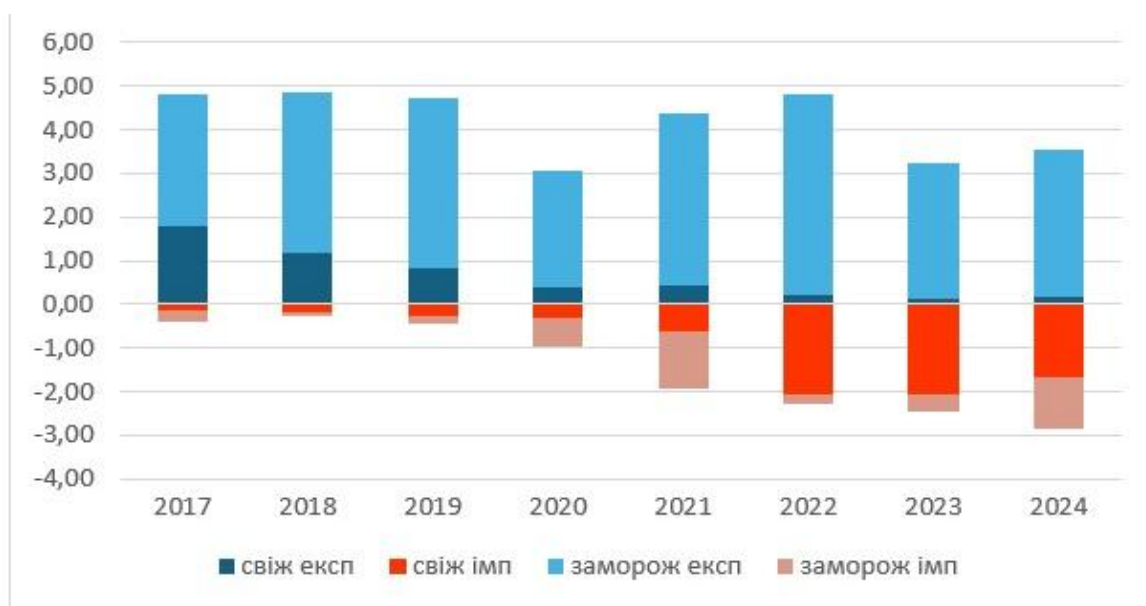


Рис. 2.12. Динаміка зовнішньої торгівлі суницею*

*за даними [10]

Поступово відновлюється експорт і замороженої смородини, він все ще на 40 % менший від 2022го року, але збільшився вдвічі порівняно з 2023. Основним імпортером є Польща (40%), далі Німеччина (15%), Франція (5%), Австрія (5%) та Італія (4%). Вдвічі порівняно з 2023 скоротилась частка імпортової замороженої смородини (рис. 2.13), а основними експортерами залишаються Німеччина(60%) та Нідерланди (40%).

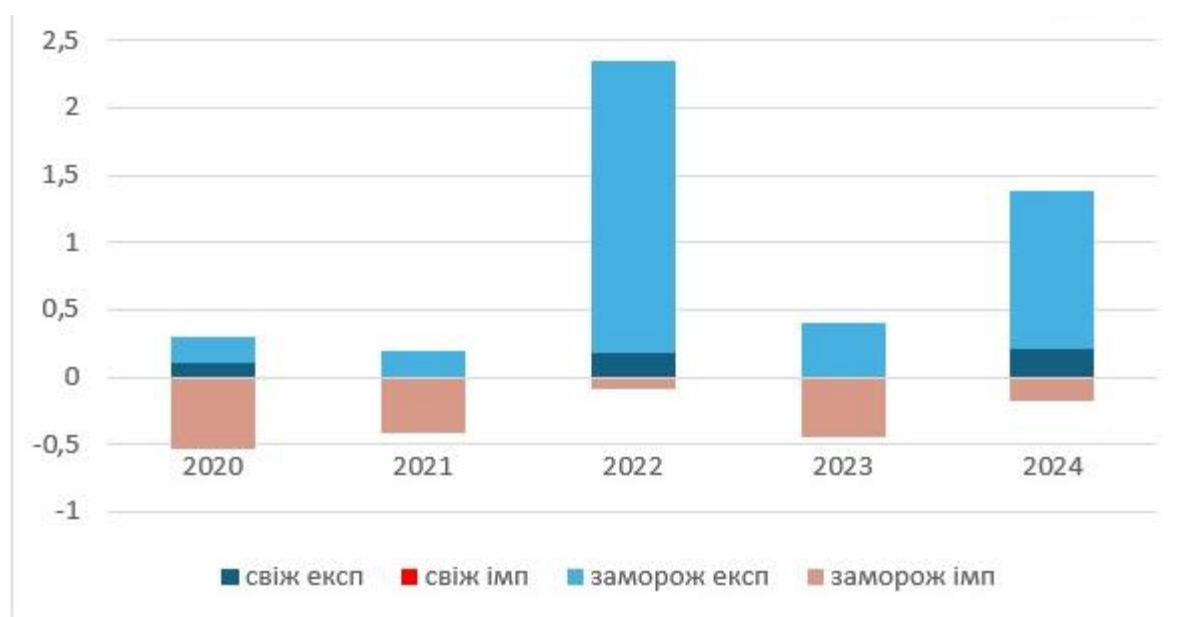


Рис. 2.13. Динаміка зовнішньої торгівлі смородиною*

*за даними [10]

Найвищі обсяги виручки від експорту заморожених ягід у 2024 році отримали такі українські компанії: «Ярофрут» – 512,2 млн грн, «Галфрост» – 386,3 млн грн, «Рівнехолод» – 337,6 млн грн, «Агрона Фрут Україна» – 305 млн грн та «Еко Беррі» – 56,2 млн грн. Серед експортерів свіжої ягідної продукції лідирували підприємства «Нікардія» – 60,9 млн грн, «Фемілі Гарден» – 41,9 млн грн та «Грасс Авеню» – 15,1 млн грн [32].

Аналіз динаміки імпорту та експорту ягідної продукції свідчить про зростаючу роль України як помітного учасника міжнародного ягідного ринку. За останні роки країна суттєво збільшила обсяги зовнішніх поставок, що обумовлено як високою якістю української продукції, так і стійким попитом на світовому ринку. Найбільш інтенсивно зростає експорт свіжих ягід, обсяги якого підвищилися на 72% порівняно з 2022 роком, тоді як експорт замороженої продукції зріс на 24%. Це свідчить про конкурентоспроможність українських виробників та подальше розширення експортного потенціалу.

Головними імпортерами українських ягід є країни Європейського Союзу, зокрема Польща, Нідерланди, Німеччина, Австрія та Італія, більшість з яких подвоїли обсяги закупівель у порівнянні з попередніми роками. Таке розширення ринків збуту забезпечує Україні стабільні канали продажу та сприяє зміцненню позицій у європейському торговельному просторі.

Імпорт ягідної продукції в Україну, навпаки, залишається незначним і обмежується переважно тими видами ягід, які не виробляються у достатніх обсягах або не є характерними для кліматичних умов країни. Це вказує на певну самодостатність внутрішнього ринку та достатній рівень виробництва для задоволення внутрішнього попиту.

Загалом експортно-імпортна діяльність у ягдовій галузі демонструє позитивні тенденції розвитку, підвищення конкурентоспроможності української продукції, а також інтеграцію в європейські та світові ланцюги поставок. Надалі стратегічними пріоритетами мають стати диверсифікація зовнішніх ринків, підвищення доданої вартості продукції та удосконалення логістично-інфраструктурних можливостей для забезпечення стабільного розвитку галузі.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ І НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПЛОДОВО-ЯГІДНОЇ ПРОДУКЦІЇ

3.1. Стратегічні напрями формування ринку ягідної продукції

Стратегічною метою державної аграрної політики в умовах воєнного стану та євроінтеграційного курсу України є трансформація агропромислового комплексу, зокрема ягідництва, у високоефективний, інноваційний і конкурентоспроможний сектор економіки, здатний інтегруватися у внутрішній і світовий ринки продовольства. З огляду на вступ України до Світової організації торгівлі та поглиблену економічну інтеграцію з ЄС, держава має забезпечити умови для адаптації вітчизняних виробників до лібералізованих правил торгівлі, підвищити їх здатність конкурувати з імпортною продукцією та нарощувати власний експортний потенціал.

В умовах війни пріоритетом стає не лише підвищення конкурентоспроможності української ягідної продукції, а й зміцнення продовольчої безпеки, збереження виробничого потенціалу, відновлення зруйнованих ланцюгів постачання та мінімізація ризиків, пов'язаних із логістичними та енергетичними обмеженнями. Успіх кожного підприємства ягідництва сьогодні ґрунтується на глибокому розумінні структури попиту, особливостей внутрішніх і зовнішніх ринків збуту та здатності адаптувати виробництво до змін, спричинених військовою агресією. Як засвідчують дослідження, значна частина економічних втрат у плодово-ягідному секторі спричинена помилковими рішеннями на етапі вибору сортів, технологій вирощування чи каналів збуту, причому наслідки таких рішень стають помітними лише через кілька років.

У сучасних умовах ключовими завданнями для стабілізації та розвитку регіональних ринків ягідної продукції є забезпечення їх комплексного відновлення, досягнення збалансованості економічних інтересів держави та територіальних громад, а також підвищення ролі місцевих органів

самоврядування у формуванні сприятливого бізнес-середовища. Актуальним є й удосконалення організаційно-економічного механізму регулювання ринку, що має враховувати специфіку ведення господарства під час війни, зростання вартості ресурсів, коливання попиту та обмеженість логістичних маршрутів.

Політика державного цінового регулювання повинна бути спрямована на пом'якшення негативного впливу кризових явищ, стабілізацію ринку та захист виробників від надмірних цінових коливань. Регулювання може здійснюватися через вдосконалення механізмів формування цін, що враховують динаміку інфляції, рівень конкуренції, ризики монополізації та соціальні аспекти. Держава може впливати на ціноутворення як безпосередньо — через інтервенції, підтримку мінімальних закупівельних цін, компенсаційні програми, так і опосередковано — шляхом стимулювання конкуренції, запровадження кредитних та інвестиційних інструментів, розвитку страхових механізмів.

Основними чинниками, що впливають на ціни у галузі ягідництва, залишаються економічні закони, зокрема закон вартості, формування виробничої собівартості, норма прибутку, співвідношення між попитом і пропозицією, рівень оновлення основних фондів та ефективність їх використання. Проте воєнні ризики суттєво змінюють дію традиційних ринкових механізмів, посилюючи потребу в державних інструментах підтримки.

У сучасних умовах цінова підтримка в її традиційному вигляді є недостатньо ефективною. Тому доцільно реалізувати нові напрями вдосконалення механізмів державної підтримки, зокрема:

- впровадження адаптованих до воєнного часу інструментів цінової та фінансової стабілізації;
- компенсацію частини витрат на закладення і догляд за ягідними насадженнями;
- підтримку програм зрошення, енергозбереження та післязбиральної доробки;
- контроль за монополізацією ринку матеріально-технічних ресурсів;

- забезпечення справедливого розподілу доходів між виробниками, переробниками та торговельними мережами;
- обмеження кредитних ставок та розширення програм пільгового фінансування;
- підвищення ефективності використання амортизаційних відрахувань на оновлення техніки та інфраструктури.

Реалізація цих заходів сприятиме зміцненню економічної стійкості аграрного сектору, створюватиме умови для відновлення виробничих процесів і розширення потужностей підприємств ягідництва, що є надзвичайно важливим у контексті післявоєнної реконструкції та реалізації довгострокової стратегії розвитку продовольчого ринку України.

Інструменти аграрної політики, як і раніше, доцільно поділяти на адміністративні, економічні та інституційні, проте їх роль та механізми застосування сьогодні мають враховувати нові виклики: воєнні загрози, потребу у швидкому відновленні ланцюгів постачання, високі ризики виробництва та необхідність забезпечення продовольчої стійкості держави.

На нашу думку, доцільно розділяти заходи державного регулювання сільського господарства, зокрема ягідництва, на дві великі групи. Перша група заходів спрямована на підвищення прибутковості та рентабельності аграрного виробництва, тобто на безпосереднє зростання доходів сільськогосподарських товаровиробників. Такі заходи можуть реалізовуватися двома шляхами: збільшенням виручки – шляхом розширення ринків збуту, підвищення цін через покращення якості, розвиток експортного потенціалу та зниження витрат виробництва – через технологічну модернізацію, інновації, оптимізацію ресурсного забезпечення, державну підтримку критично важливої інфраструктури.

Друга група охоплює безвідплатні заходи державної підтримки, пов'язані з розвитком сільських територій та підвищенням їх соціально-економічної стійкості. До них належать програми прямої допомоги виробникам у кризових умовах війни, розвиток несільськогосподарської зайнятості, підтримка місцевих

ініціатив, модернізація соціальної, енергетичної та транспортної інфраструктури в сільській місцевості. Особливої актуальності ці напрями набули у зв'язку з руйнуванням об'єктів АПК, логістичних центрів та інженерних мереж у воєнний період.

На практиці зазначені інструменти державного регулювання рідко застосовуються у “чистому” вигляді. Їхня ефективна реалізація передбачає функціонування державних і комерційних інституцій загальнодержавного та регіонального рівнів, а також комплексне виконання державних цільових програм. Сукупність цих інструментів визначається як механізм державного регулювання аграрного сектору, який охоплює такі ключові напрями:

- формування та розвиток ринку сільськогосподарської продукції, сировини й продовольства;
- бюджетне фінансування, пільгове кредитування, страхування та податкові стимули;
- захист інтересів українських виробників у зовнішньоекономічній діяльності, зокрема на ринках ЄС;
- підтримка аграрної науки, інноваційних центрів та технологічних кластерів;
- розвиток соціальної та виробничої інфраструктури сільських територій.

Інноваційний розвиток ягідництва в сучасних умовах значною мірою залежить від процесів закладання нових та реконструкції існуючих насаджень, а також від обсягів інвестицій, спрямованих у ці процеси. Структура та сортовий склад ягідних насаджень є визначальними чинниками продуктивності та конкурентоспроможності галузі. Сучасне професійне ягідництво базується на впровадженні високопродуктивних сортів, сучасних підщеп, систем інтенсивного зрошення, оптимальної густоти насаджень, нових форм організації виробництва та цифрових технологій управління.

У ягідній галузі у нас є сорти, які потребують переробки, і ця інновація є вирішальною. Чим більше досвіду та інновацій можна поділитися, тим більший шанс задовольнити потреби споживачів, а отже, і вищу маржу для виробника.

Цифрове фермерство (Digital Farming), або Сільське господарство 4.0, базується на вже існуючих у цифровій формі методах виробництва – точному землеробстві, точному тваринництві та інтелектуальному фермерстві. Використовуючи системний підхід, цифрові технології доповнюють ці методи чотирма основними елементами: а) Інтернетом речей (IoT), б) комунікацією «машина–машина» (M2M), в) хмарними обчисленнями, г) аналізом великих даних (Big Data) та штучним інтелектом (AI), а також роботизацією із застосуванням мобільних і стаціонарних пристроїв.

Згідно з даними опитування 50 українських агропідприємств різного масштабу (від мікро, малих і середніх до великих агрохолдингів), можна виокремити декілька основних напрямків використання технологій в українському агросекторі.

У сфері керування с/г технікою найпопулярнішим є використання автопілотів. Це системи, які дозволяють трактору чи комбайну рухатися заданим маршрутом без постійного втручання оператора, що значно підвищує точність обробки полів та зменшує перекриття, повторні обробки однієї ділянки, на 5-10%. За даними опитування, їх застосовують у 80% опитаних підприємств (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Динаміка використання технологій в сільському господарстві*

**за даними [26]*

Інноваційні системи комп'ютерного зору для визначення рівня стиглості та виявлення хвороб рослин використовують 10% респондентів. Такі технології аналізують фотознімки посівів і дають змогу ідентифікувати проблеми ще до того, як вони стануть видимими для людського ока. З такою ж частотою (10%) штучний інтелект застосовується для планування оптимального добору сортів та гібридів: аналітичні системи опрацьовують дані про характеристики різних сортів, умови вирощування та історичну врожайність, формуючи рекомендації щодо найбільш придатних варіантів для конкретних полів. Найменш поширеним, але перспективним напрямом є використання ШІ для планування логістики врожаю (5%).

У сфері високотехнологічного моніторингу та аналізу даних провідну позицію займає використання NDVI (Normalized Difference Vegetation Index) – нормалізованого диференційного індексу рослинності, що обчислюється на основі відбиття рослинами червоного та інфрачервоного світла. Аналіз супутникових знімків для визначення індексів вегетації застосовують 56% респондентів, що дає можливість своєчасно виявляти проблемні ділянки, прогнозувати врожайність та приймати рішення щодо диференційованого внесення добрив і засобів захисту рослин.

AgTech-сектор України включає близько 70 стартапів, які працюють у різних напрямках: управління земельним банком, точне землеробство, застосування дронів та інші інноваційні рішення. Протягом останніх років кількість стартапів та обсяг інвестицій суттєво зросли, що свідчить про динамічний розвиток галузі навіть за умов війни [26].

Використання електроніки в сільськогосподарських господарствах сьогодні дає змогу збирати й надалі використовувати широкий спектр даних з різних сфер виробництва. Аналіз цих даних і робота з ними приносить численні переваги, зокрема економію виробничих ресурсів, полегшення документування виробничих процесів, ефективнішу підтримку ухвалення рішень і кращий менеджмент господарства.

Зібрані дані та інформація повинні реєструватися для подальшого використання. Через відсутність уніфікованих інтерфейсів і стандартів даних виникають значні перешкоди для інтеграції баз даних та забезпечення надійного зберігання потоку даних.

За даними Farmer.pl, нове покоління сільськогосподарських стартапів у Польщі є теж інноваційними, сміливими та дуже практичними. Особливо виділяються чотири стартапи в ягідній галузі: RIPE Technologies розробляє автономну систему догляду за ягодами. Вони працюють над повністю електричним обприскувачем, який зменшує шум та вплив на навколишнє середовище. Be Healthy Honey пропонує рішення однієї з найбільших проблем сучасного бджільництва – боротьби з паразитом *Varroa destructor*. Стартап створив пристрій, який випромінює ультразвук, ефективно борючись з варроа без використання хімікатів. AgroKontrakt створює комплексну екосистему для відстеження та управління сільськогосподарським виробництвом. Їхній флагманський продукт – це додаток, який підтримує поселення сезонних робітників за допомогою цифровізації. Hugo Green Solutions – це спін-офф Краківського університету сільського господарства. Компанія розробляє два інноваційні рішення: фізичне протруювання насіння світлом та автономний сільськогосподарський ровер [44].

Для активізації інноваційної діяльності в ягідництві необхідно сформувати сприятливі організаційно-економічні умови на державному рівні та забезпечити реалізацію низки ключових заходів, серед яких підтримка наукових установ, селекційних центрів та впровадження нових сортів, адаптованих до кліматичних змін; посилення патентного захисту сортів плодових і ягідних культур та удосконалення законодавства у сфері ліцензування прав на сорти; встановлення чітких нормативів щодо строків переведення молодих насаджень у промислове плодоношення; запровадження механізмів гарантованої компенсації витрат на викорчовування старих або малопродуктивних насаджень; розширення програм пільгового інноваційного кредитування ягідницьких господарств, зокрема з урахуванням воєнних ризиків та потреб у відновленні виробництва; державна

підтримка будівництва холодильних, заморожувальних та логістичних центрів для ягідної продукції.

Реалізація цих заходів дозволить забезпечити стійкість та інноваційність галузі, прискорити її адаптацію до викликів воєнного часу, посилити конкурентні позиції українських виробників ягід і створити передумови для довгострокового розвитку внутрішнього та експортного ринку.

Для удосконалення системи поширення інновацій у садівництві та ягідництві важливо забезпечити реальне зміцнення зв'язків між науковими установами та виробниками. В умовах воєнного стану та структурних трансформацій аграрного сектору особливо актуальним є реформування дослідних господарств: надання їм більшої автономії, перехід на договірні принципи співпраці з наукою, гнучкі механізми фінансування інноваційних проєктів. Доцільним є створення у структурі наукових установ підрозділів інноваційного маркетингу, а також формування регіональних інноваційних служб у садівництві, які б виконували функції науково-технологічного супроводу галузі, розробляли інноваційні проєкти та надавали консультаційні послуги виробникам.

Ефективні інноваційні служби можуть функціонувати при наукових установах та профільних закладах освіти, що дасть змогу уникнути розширення штатів і залучати до інноваційної діяльності тих самих учених, які займаються розробкою технологій. Інформаційно-консультаційна робота має будуватися на договірних засадах між інноваційною службою, науковою установою та виробничими підприємствами, з чітким механізмом винагороди за впроваджені інновації та використання наукових розробок.

Маркетингові орієнтації інноваційних розробок забезпечують цілісність та безперервність інноваційного процесу – від появи нової технологічної ідеї до її практичного використання в промисловому виробництві ягід та плодів. Це дозволяє оперативно враховувати потреби виробників, підвищує ефективність діяльності наукових установ і прискорює технологічне оновлення галузі, що особливо важливо в умовах воєнних ризиків, кліматичних змін і потреби у

підвищенні конкурентоспроможності української продукції на зовнішніх ринках.

Найповніше наукові розробки реалізуються під час закладання садів і ягідних насаджень. Це вимагає підготовки інноваційних проєктів, орієнтованих на конкретного замовника. На відміну від типових технологій, інноваційні проєкти враховують новітні технологічні рішення, кліматичні умови регіону, ресурсний потенціал господарства та вимоги ринку збуту. Уся науково-дослідна діяльність у сфері садівництва має бути підпорядкована комплексному проєктуванню й практичній реалізації таких інноваційних рішень.

Перспективними джерелами інвестицій у найближчі роки є внутрішньогалузеві нагромадження, які мають забезпечити просте та розширене відтворення у галузі. Розширене відтворення можливе лише за умов рентабельності виробництва плодово-ягідної продукції на рівні не нижчому за 40–50 %, що досягається через інноваційно-інтенсивні технології, раціональне використання ресурсів та ефективну сортову політику.

В останні роки зростає інтерес іноземних інвесторів до переробки ягідної продукції та створення спільних підприємств. Досвід таких підприємств у різних регіонах України підтверджує реальні можливості розвитку переробки, розширення асортименту, нарощування експорту та підвищення доданої вартості ягідної продукції.

Перспективним напрямом є формування нових організаційних структур у садівництві, зокрема на основі орендних відносин – оренди землі та багаторічних насаджень підприємствами, що спеціалізуються на переробці ягід та плодів. Така модель сприяє формуванню ефективної агропромислової інтеграції, забезпечує виробництво сировини необхідного асортименту та знижує ризики монополізації цін у ланцюгу «виробник-переробник».

У сучасних умовах важливим є залучення приватних інвестицій. Особливої ваги це набуває для фермерів, сімейних господарств та господарств, розташованих у привабливих для ягідництва природно-кліматичних зонах. Для стимулювання інвестицій доцільно надавати техніку, добрива, садивний

матеріал та обладнання на пільгових умовах, із кредитними ставками не вище 3 % та строком на 5-8 років. Імпорту техніку, що не виробляється в Україні, доцільно постачати через міжнародне співробітництво та спільні виробництва. Ефективним механізмом може бути лізинг із можливістю розрахунку наприкінці виробничого циклу, після реалізації продукції.

Для стабілізації фінансової системи та забезпечення доступу аграріїв до кредитних ресурсів доцільно створити спеціалізований банк для агропромислового комплексу, який би акумулював фінансові потоки галузі та спрямовував їх за цільовим призначенням.

Отже, підвищення економічної ефективності виробництва плодово-ягідної продукції потребує впровадження інноваційної стратегії розвитку, орієнтованої на інтенсивні технології, тісну співпрацю з науковими установами та ефективну систему інноваційного проєктування. Важливо створити спеціалізовані регіональні інноваційні служби, що включатимуть три ключові напрями діяльності: інноваційний маркетинг, консультування та інноваційне проєктування.

Подолання негативних тенденцій і забезпечення сталого розвитку галузі садівництва вимагає комплексного вирішення таких завдань: удосконалення економіко-правового забезпечення галузі відповідно до міжнародних стандартів; розширення доступу виробників до пільгового фінансування; розвиток ринкової інфраструктури; формування ефективних організаційних структур; удосконалення сортової політики та розсадництва; впровадження інноваційних технологій вирощування, зберігання та переробки продукції; забезпечення якісного наукового супроводу галузі.

Стратегічний розвиток ринку ягідної продукції в Україні базується на комплексному підході, який поєднує модернізацію виробництва, підвищення конкурентоспроможності та формування ефективної ринкової інфраструктури. Ключовим пріоритетом є створення умов для сталого функціонування галузі в умовах воєнних викликів та подальшої інтеграції України у європейський та світовий ринки.

Важливими напрямками формування ринку є впровадження інноваційних технологій вирощування та післязбиральної обробки ягід, удосконалення сортової політики, розвиток науково-технічного супроводу та розбудова системи регіональних інноваційних служб. Значну роль відіграє налагодження ефективної взаємодії між наукою, бізнесом і державою, що дозволяє забезпечити якісне технологічне оновлення та швидке поширення інновацій у виробництво.

Стратегічний розвиток ринку потребує активізації інвестиційної діяльності, стимулювання приватних інвестицій, удосконалення механізмів кредитної підтримки та оновлення матеріально-технічної бази підприємств. Формування сучасної ринкової інфраструктури – логістичних центрів, холодильних потужностей, переробних підприємств, маркетингових та коопераційних структур – є одним із вирішальних чинників розширення внутрішнього ринку та зростання експортного потенціалу ягідної продукції.

З огляду на вимоги європейських ринків, стратегічно важливим є забезпечення високих стандартів якості, простежуваності продукції та впровадження сертифікації відповідно до міжнародних норм. Це дозволить зміцнити позиції українських виробників на зовнішніх ринках і підвищити прибутковість галузі.

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 плодоягідному 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 [24, с.11].

Усе це свідчить, що стратегічні напрями формування ринку ягідної продукції мають спиратися на інноваційний розвиток, ефективне державне регулювання, зміцнення наукової бази, розширення інвестиційних можливостей та створення сучасної інфраструктури. Реалізація таких підходів забезпечить підвищення економічної стійкості галузі, її конкурентоспроможності та сталого розвитку у довгостроковій перспективі.

3.2. Прогнозування обсягів пропозиції на внутрішньому ринку ягідної продукції.

Прогнозування обсягів пропозиції на внутрішньому ринку ягідної продукції є важливою складовою стратегічного планування розвитку плодовогоягідного сектору та формування ефективної ринкової політики. В умовах динамічних змін у структурі виробництва, сезонності, кліматичних коливань, логістичних ризиків та трансформації споживчих уподобань точне передбачення майбутніх обсягів пропозиції набуває особливої актуальності.

Для внутрішнього ринку України це питання є ключовим, оскільки ягідна галузь перебуває в стані активного розвитку, демонструючи зростання площ насаджень, підвищення продуктивності та розширення асортименту. Водночас галузь зіткнулася з новими викликами, пов'язаними з воєнним станом, порушенням логістичних зв'язків, нестачею трудових ресурсів та зміною регіональної структури виробництва.

У таких умовах прогнозування дозволяє оцінити потенційні сценарії розвитку пропозиції, передбачити сезонні коливання, виявити ризики дефіциту чи надлишку продукції, а також забезпечити виробників, переробників і торговельні мережі необхідною інформацією для прийняття управлінських

рішень. Це створює підґрунтя для формування збалансованої ринкової кон'юнктури, підвищення ефективності планування виробництва та зміцнення конкурентоспроможності ягідної галузі.

Продовольча безпека країни у сегменті плодово-ягідної продукції значною мірою визначається рівнем ефективності функціонування вітчизняного ринку плодів і ягід. Його розвиток залежить від того, наскільки добре учасники ринку розуміють сучасні тенденції, особливості конкурентного середовища та чинники, що формуватимуть ситуацію у майбутньому. Саме тому аналіз поточної ринкової кон'юнктури та визначення можливих напрямів її трансформації є невід'ємною складовою економічних досліджень та управлінських рішень. Водночас актуальності набуває питання достовірності методів прогнозування і точності отриманих результатів як на рівні економіки держави, так і на рівні окремих виробників.

Одним із найбільш поширених методів, що застосовується для прогнозування ключових показників розвитку продовольчих ринків, зокрема обсягів пропозиції, є екстраполяція. Однак на практиці її використання часто має обмежену надійність. Навіть якщо прогнозування здійснюється на основі агрегованих показників, отриманих шляхом узагальнення мікрорівневих даних, ефективність екстраполяції залежить від стабільності раніше виявлених тенденцій та стійкості взаємозв'язку між факторами. Проте на ринку плодово-ягідної продукції в Україні такі показники, як обсяги виробництва, динаміка імпорту й експорту, рівень цін та інші важливі індикатори, часто характеризуються значною мінливістю та відсутністю чітких лінійних трендів.

Додатковою проблемою є те, що метод екстраполяції практично не враховує вплив технологічних, організаційних та економічних чинників, які можуть мати суттєве значення для формування пропозиції в майбутньому. Це знижує точність прогнозів і ускладнює прийняття обґрунтованих управлінських рішень. У зв'язку з цим виникає потреба у застосуванні більш комплексних і гнучких підходів до прогнозування, здатних урахувати багатофакторність та динамічність розвитку ягідного ринку України.

Ціни на ринку ягід і овочів вирізняються виразною специфікою. Передусім домінує роль сезонних коливань. В офіційній статистиці ціни на ягідну продукцію фіксуються лише протягом сезону, тобто зазвичай доступно лише 2-3 спостереження протягом року. Також спостерігається значна диференціація цін у межах одного продукту. Прикладом можуть бути ціни різних сортів ягід полуниці. Тому часто застосовують агреговані показники цін, що є середнім значенням цін для різних сортів даного продукту.

Важливим є також поділ на культури, виробництво яких можна збільшити з року в рік (наприклад, полуниця), та ті, у випадку яких значне збільшення виробництва можливе лише через тривалий час (наприклад, яблука). Слід також пам'ятати, що врожайність більшості фруктів і овочів, які вирощують у нашій країні, дуже сильно залежить від погодних умов. Це зумовлює значну мінливість обсягів виробництва, а відтак – і волатильність цін.

Прогнозування цін на ягідну продукцію зумовлене дещо іншими чинниками, ніж прогнозування цін на м'ясо чи зернові. По-перше, це пов'язано із сезонною пропозицією та відсутністю обігу більшості товарів поза сезоном. Через це скорочуються часові ряди цін, що унеможливорює застосування багатьох статистичних моделей. Загалом метою є передбачення цін у наступному сезоні.

По-друге, внутрішні ціни у більшості випадків значною мірою визначаються національними умовами, а не ситуацією на зовнішніх ринках. Передусім ідеться про пропозицію, що залежить від погодних умов. Це, своєю чергою, спричиняє дуже високу мінливість цін.

Зважаючи на наведені вище умови, прогнозування цін на ягідну продукцію може здійснюватися таким чином: важливо обрати модель, відповідну до закономірностей, що проявляються у даних. Йдеться насамперед про сезонний компонент, тому потенційними моделями є:

- модель декомпозиції часового ряду,
- модель SARIMA та regARIMA,
- економетрична модель із трендом, бінарними сезонними змінними та авторегресійним компонентом.

Якщо маємо справу з продуктами, у яких бракує лише кількох спостережень протягом року, тоді відсутні дані можна доповнити за допомогою одного з інтерполяційних методів (наприклад, лінійної інтерполяції). Після такого опрацювання також можна застосовувати відповідні кількісні методи.

У випадку продуктів, для яких ціни фіксуються лише в кількох місяцях року, прогнозування фактично зводиться до визначення ціни в сезон. Такі дані можна розглядати як такі, що містять, наприклад, 2–3 спостереження на рік, і намагатися проаналізувати тенденції з використанням простих моделей: трендових функцій, простого експоненційного згладжування чи моделі Гольта. Якщо прогнозування здійснюється за кілька місяців до збору врожаю (високий погодний ризик), то прогноз можна базувати на рівні спостережуваного тренду, отриманого з моделі. Інколи в таких часових рядах може проявлятися сезонність (ціни на початку та наприкінці сезону можуть бути вищими, ніж у розпал сезону), тоді необхідно додатково оцінити сезонність і включити її в модель (наприклад, модель сезонної декомпозиції). У міру наближення до періоду збору урожаю такі прогнози можна коригувати експертно через вплив випадкових факторів.

Важливу роль у прогнозуванні цін на ягідну продукцію відіграють також неформальні джерела інформації (погода, ситуація на світових ринках, запровадження або скасування торговельних обмежень). Тому кількісне моделювання є лише першим етапом перед експертним прогнозуванням.

Прогнозування є важливим елементом інформаційної системи в сфері агробізнесу. Учасники ринку, ринкові дані та інформація, канали передачі інформації, а також техніки обробки даних і методи формування прогнозів створюють так звану прогностичну систему. У ринковій економіці вона за своєю природою є системою розосередженою. Роль держави повинна зводитися лише до гарантування рівного доступу до інформації. Передбачення змін, що відбуваються на ринку, належить уже до компетенції окремих його учасників. Адже прогнозування, подібно до формування цін, за своєю суттю є категорією мікроекономічною.

Обсяг ринкової інформації охоплює як дані, так і інші відомості, що не мають числового характеру. Вони виконують аналітично-описові, прогностичні та контрольні функції. Прогностична функція пов'язана з оцінкою майбутніх відносин на окремих аграрних ринках. Вона допомагає зменшити ринковий ризик, правильно планувати виробництво та завчасно пристосовуватися до змін в економічній політиці.

Інформація, що стосується ринків сільськогосподарської сировини, може надходити як із національних, так і з міжнародних джерел. До найважливіших національних джерел належать Державна служба статистики України, Міністерство економіки, довкілля та сільського господарства України, Асоціація «Ягідництво України», а також товарні біржі та оптові ринки. Не менш важливими є закордонні джерела. Їхня значущість впливає з того, що ринки сировини в Україні тісно пов'язані зі світовими ринками. Внутрішні ціни в Україні формуються на основі глобальної рівноваги попиту й пропозиції, а національні чинники зумовлюють лише незначні відхилення від світових тенденцій. Тому необхідно постійно відстежувати ситуацію на світових ринках, аналізувати звіти й прогнози, підготовлені державними установами та приватними компаніями.

Водночас учасники ринку повинні з обережністю ставитися до прогнозів, що публікуються (наприклад, побудованих на моделях часткової рівноваги), оскільки їхня точність часто далека від задовільної. Проте обґрунтування та дані, що супроводжують звіти й прогнози, є доброю основою для формування власних оцінок майбутнього розвитку подій [41].

Ефективне прогнозування продажів нових продуктів вимагає залучення кількох відділів компанії. Відділи продажів, маркетингу та контролінгу працюють разом для оцінки обсягу та вартості продажів не лише під час впровадження нових продуктів, але й під час регулярного бюджетування та прогнозування всього асортименту продукції.

На практиці цей процес включає планування продажів командами з продажу, оновлення прайс-листів відділом маркетингу та консолідацію даних

шляхом контролю відповідно до фінансових цілей компанії. Це складне завдання часто вимагає участі багатьох людей з різних рівнів організації.

У цьому комплексному процесі системи підтримки контролю продажів є вирішальними. Вони забезпечують ефективний потік інформації між командами та скорочують трудомісткі завдання, пов'язані з підготовкою та консолідацією даних планування, що є важливим для досягнення цілей компанії щодо продажів та фінансових цілей.

Прогнозування продажів – це складна та відносно важка галузь, що вимагає ґрунтовних знань математики, статистики та економетрики. Оскільки продажі залежать від численних змінних, фундаментальним принципом планування продажів є аналіз історичних даних. Варто зазначити, що інформацію, якою зазвичай володіє компанія, можна розділити на точні дані, що описують конкретні факти, події чи цифри, та неточності, отримані з індивідуального досвіду співробітників і навіть їхньої інтуїції.

У ході дослідження встановлено, що прогнозування обсягів пропозиції ягідної продукції на внутрішньому ринку є важливим інструментом забезпечення стабільності ринку, підвищення ефективності виробництва та мінімізації ризиків для всіх учасників ланцюга постачання. Запропоновані підходи до прогнозування враховують специфіку ягідництва, зокрема високу чутливість галузі до погодних умов, сезонність виробництва та значну варіативність у структурі пропозиції різних видів ягід.

В умовах триваючих економічних і кліматичних викликів прогнозування пропозиції набуває ще більшої актуальності. Використання поєднання кількісних методів і галузевої експертизи забезпечує підвищення достовірності оцінок і створює інформаційну основу для виробників, переробників, трейдерів та органів державної влади. Отримані результати підтверджують, що систематичний моніторинг ринку та регулярне оновлення прогнозів є ключовими передумовами прийняття обґрунтованих управлінських рішень у сфері ягідного виробництва.

3.3. Вдосконалення логістичного забезпечення ягідної галузі

Логістична інфраструктура є одним із ключових елементів конкурентоспроможності ягідного сектору України, оскільки саме ефективність транспортування, зберігання та передзбирально-післязбиральної доробки визначає товарну якість продукції, її придатність до експорту та рівень втрат у ланцюгу постачання. В умовах воєнного стану логістичні процеси зазнають значного навантаження через порушення транспортних маршрутів, підвищення собівартості перевезень, руйнування інфраструктури та необхідність оперативної адаптації виробників до нових ринкових умов.

Логістичні процеси є невід'ємною частиною ланцюга поставок у виробничій галузі. Вони охоплюють планування, транспортування, зберігання та кінцеву доставку. Метою цих процесів є забезпечення оптимального потоку товарів від місця походження до місця призначення. Сьогодні, з розвитком промисловості, автоматизація відіграє дедалі важливішу роль у логістичних процесах. Сучасні технології дозволяють автоматизувати моніторинг запасів, відстеження відправлень та оптимізацію транспортних маршрутів. Це дозволяє скоротити терміни доставки, знизити витрати та підвищити ефективність усього ланцюга поставок. Логістичні процеси є ключовою частиною діяльності компаній, які повинні адаптуватися до зростаючих вимог ринку. Правильне управління логістикою є ключем до мінімізації витрат та досягнення успіху в бізнесі.

З початком повномасштабної війни логістична складова функціонування ягідного ринку суттєво ускладнилася. Оскільки більшість експорту ягід традиційно здійснювалася автомобільним транспортом, масове виведення іноземних логістичних компаній з українського ринку спричинило гострий дефіцит спеціалізованих транспортних засобів та різке зростання вартості перевезень. Навіть після часткової нормалізації ситуації виникли нові виклики, пов'язані з блокуванням у 2023 році польськими фермерами прикордонних переходів, що періодично зупиняло рух українських вантажівок і спричиняло тривалі затримки відвантажень.

**Таблиця 3.2. Логістичні особливості, тенденції та проблеми розвитку
ягідного ринку України***

Логістичні особливості	Сучасні логістичні тенденції	Проблеми логістичного забезпечення ринку
• Висока чутливість ягідної продукції до порушень температурного режиму (необхідність «холодного ланцюга»). • Недостатня кількість сучасних холодильних комплексів і сховищ у сільських регіонах. • Зростання ролі сортувально-пакувальних ліній, що забезпечують стандартизацію та товарну якість. • Формування регіональних логістичних хабів і кооперативних центрів. • Орієнтація виробників на швидкі канали постачання та мінімізацію часу між збором і реалізацією.	• Розвиток інфраструктури для експорту (переорієнтація на західні коридори після блокування морських портів). • Активне впровадження технологій контролю температури, GPS-моніторингу та цифрового відстеження поставок. • Зростання кооперації серед малих виробників для здешевлення логістики. • Поява мобільних холодильних модулів та орендованих сховищ для сезонних потреб. • Розширення внутрішніх каналів доставки: онлайн-торгівля, служби експрес-доставки, локальні ринки.	• Створення регіональних центрів перед- та післязбиральної доробки продукції. • Модернізація транспортних шляхів та залізничних терміналів для рефрижераторних перевезень. • Державна підтримка розвитку «холодного ланцюга». • Підтримка кооперативних об'єднань виробників для спільної логістики. • Стимулювання інвестицій у холодильні склади, пакувальні лінії та сортувальні комплекси. • Цифровізація управління поставками та імплементація міжнародних стандартів сертифікації.

**розробка автора*

Наведений аналіз логістичних особливостей в таблиці 3.2 свідчить, що розвиток ягідного ринку України значною мірою стримується недостатньою інфраструктурою, високими витратами на транспортування та обмеженим доступом виробників до сучасних технологій зберігання та доробки продукції. Водночас простежуються позитивні тенденції: активізація кооперативних форм господарювання, впровадження цифрових інструментів моніторингу поставок, розширення внутрішніх і зовнішніх логістичних маршрутів.

Логістичні проблеми часто виникають через брак розуміння або навчання. Інвестування в навчання може допомогти їм зрозуміти важливість ефективної логістики та роль, яку вони відіграють у її досягненні. Це може включати семінари, майстер-класи або навіть онлайн-курси. Чим більше знань має ваш

персонал, тим краще вона може виконувати свої завдання, що призводить до більш плавної логістики.

Поширеною помилкою компаній, які намагаються покращити свою логістику, є надмірне ускладнення процесу. Хоча важливо мати правильні системи, вони повинні бути простими та легкими для виконання. Надмірно складні процеси можуть призвести до непорозумінь та помилок, що може негативно вплинути на логістику. Ще однією поширеною помилкою є відсутність планування зростання. Зі зростанням компанії зростають і її логістичні потреби. Тому логістична стратегія повинна бути масштабованою, щоб враховувати це зростання.

Стратегії охоплюють також такі сфери та процеси, як інтернаціоналізація, інтеграція, підприємництво, монополізація, аквізиція та глобалізація. Загалом цей рівень формулювання стратегій характеризується — у порівнянні зі стратегіями бізнесового та функціонального рівня — відносно високим ступенем узагальнення. Крім того, стратегії безпосередньо пов'язані з формуванням місії та бачення, які визначають загальні рамки його функціонування на ринку згідної продукції та окреслюють довгострокові орієнтири організаційного розвитку.

Ключову та постійно зростаючу роль логістики — зокрема логістичних стратегій — у формуванні широко розуміної конкурентоспроможності підприємства наголошує Г. Перссон [43]. На його думку, логістика робить дедалі вагоміший внесок у формування та розвиток бізнес-стратегій завдяки використанню стратегічних аспектів логістичних концепцій, пов'язаних із побудовою та функціонуванням логістичних систем і процесів.

На зростання значення логістики звертає увагу й М. Крістофер, вказуючи, що логістичні стратегії та інструменти логістики все частіше застосовуються як засіб досягнення конкурентної переваги [36]. Дослідник підкреслює, що найбільш відчутних результатів у створенні конкурентних переваг досягають ті підприємства та ланцюги постачання, які одночасно орієнтуються і на мінімізацію витрат, і на підвищення рівня обслуговування клієнтів.

Окремі логістичні стратегії найчастіше класифікуються відповідно до концепції М. Портера, який виокремив три базові конкурентні стратегії: лідерство за витратами, диференціацію та фокусування [[40].

Логістичні стратегії також можуть класифікуватися залежно від того, яка логістична концепція застосовується або впроваджується на підприємстві. Враховуючи виклики ринкового середовища, а також довгострокові ринкові та економічні цілі підприємства (наприклад, збільшення частки ринку чи підвищення рентабельності), Б. Дж. Ла Лонд та Дж. М. Мастерс пропонують розрізняти два ключові типи логістичних стратегій: стратегії, пов'язані з управлінням ланцюгом постачання, стратегії, орієнтовані на скорочення часу. Автори наголошують, що логістичні стратегії мають відповідати цілям підприємства, а також його ресурсам і можливостям. У такому розумінні логістична стратегія виходить за межі класичної функціональної логістики й дедалі більше перетворюється на важливий інструмент формування довгострокової конкурентної переваги підприємства [40].

Результати численних досліджень, проведених у світі підтверджують, що логістичні стратегії дедалі частіше виходять за межі суто функціонального виміру. Вони відіграють зростаючу роль у формулюванні та реалізації бізнес-стратегій, а в багатьох випадках – також комплексних, корпоративних стратегій підприємства, що в підсумку сприяє створенню й утриманню стійкої, довгострокової конкурентної переваги.

У такому розумінні логістична стратегія виходить далеко за межі традиційної функціональної ролі та перетворюється на важливий елемент бізнес-стратегії, а в окремих випадках – навіть на ключову складову цілісної, логістично орієнтованої корпоративної стратегії підприємства [40].

Сучасна тенденція в ягідній галузі полягає у переході до зеленої логістики, що передбачає впровадження екологічно безпечних та ресурсоефективних практик у всі логістичні операції. Такий підхід охоплює використання електромобілів або транспорту з низьким рівнем викидів для перевезення продукції, мінімізацію обсягів упаковки, впровадження багаторазових або

біорозкладних пакувальних матеріалів, а також переробку або повторне використання залишкової сировини та відходів. Зелена логістика не лише сприяє зменшенню негативного впливу на довкілля, а й формує позитивний імідж виробника, приваблюючи екологічно свідомих споживачів і створюючи стійку конкурентну перевагу на ринку.

Крім того, у межах сучасних екологічних стратегій зростає значення оптимізації транспортних маршрутів, застосування систем моніторингу викидів CO₂, впровадження енергоощадних технологій у холодних складах та логістичних центрах. Поширюється практика використання сонячних панелей, акумулюючих систем енергії та модернізованих холодильних агрегатів із низьким енергоспоживанням. Важливою складовою зеленої логістики стає й цифровізація процесів: використання систем управління ланцюгом постачання, які дозволяють скоротити витрати палива, зменшити час простою транспорту та забезпечити раціональне завантаження автомобілів.

Зелена логістика також стимулює розвиток локальних та регіональних ланцюгів постачання, що зменшує екологічний слід і водночас підвищує доступність свіжої продукції для кінцевого споживача. Виробники ягід дедалі частіше впроваджують стандарти екологічної сертифікації (як-от Organic Standard, GlobalG.A.P.), які передбачають не лише екологічно чисте виробництво, а й сталу логістику, включно з управлінням відходами та мінімізацією впливу на клімат.

Отже, зелена логістика стає не просто сучасним трендом, а важливою складовою розвитку ягідної галузі, що інтегрується в загальну бізнес-стратегію, сприяє підвищенню ефективності, привабливості продукції та конкурентоспроможності виробників на внутрішньому та міжнародному ринках.

Подальший розвиток ринку можливий за умови модернізації логістичної інфраструктури, підвищення її стійкості в умовах воєнних і економічних ризиків, упровадження міжнародних стандартів та залучення інвестицій у «холодний ланцюг». Це сприятиме зменшенню втрат продукції, підвищенню якості ягід та зміцненню позицій України на світовому ринку ягідної продукції.

Регулювання логістичного розвитку ринку ПЯП України доцільно здійснювати за двома стратегічними напрямками: (1) стимулювання створення мережі плодово-ягідних кооперативів, передусім багатофункціональних; (2) підтримка розбудови мережі ОРСП у регіонах. У 2019 р. в Україні функціонувало 113 плодоовочевих кооперативів, що на 43 % більше 2018 р. Головний вектор регуляторного впливу держави спрямовано на цільову підтримку багатофункціональних кооперативів, які поєднують декілька видів діяльності та орієнтовані на переробку сировини, формуючи таким чином ефективний кооперативний логістичний ланцюг. У ньому за рахунок нівелювання посередницьких ланок та паритетних взаємодій між суб'єктами досягається більш справедливий розподіл доданої вартості та оптимізація ціни товару[16]. Структура такого ланцюга, складеною Т. Лозовою наведена на рис. 3.2.

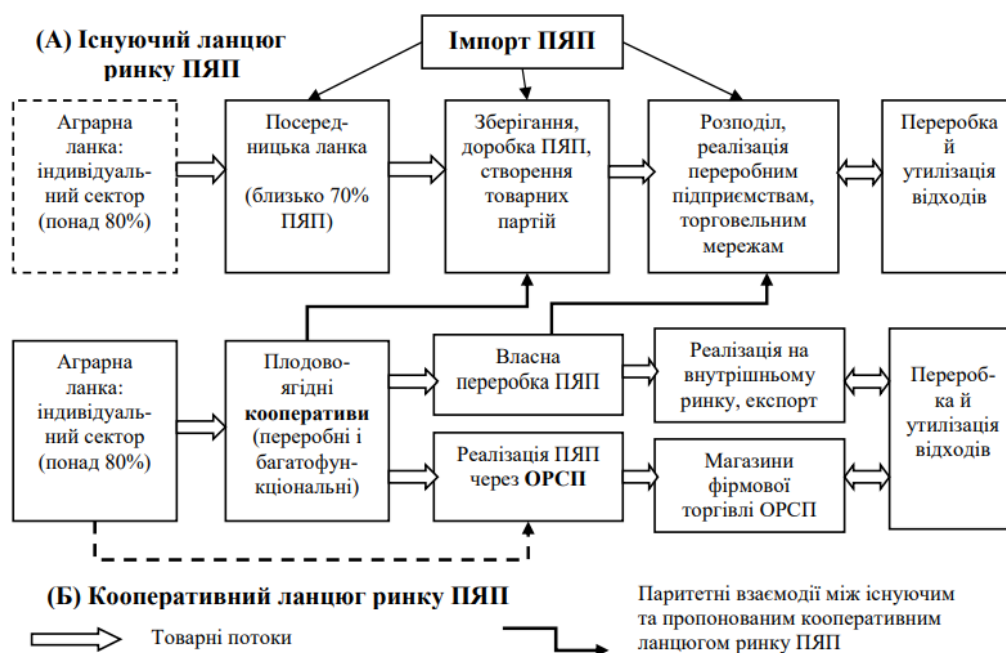


Рис. 3.2. Структура існуючих та кооперативних логістичних ланцюгів ринку ПЯП в Україні*

*за даними [16]

Ці обставини змусили українських експортерів активно диверсифікувати логістичні маршрути та переорієнтовувати поставки, зокрема минаючи територію Польщі. Це спричинило зміни в географії експорту: частка Польщі в імпорті української малини зменшилася з 58% у 2022 році до 33% у 2024 році,

натомість частка Німеччини зросла з 12,5% до 28%, а Франції – з 3% до 6%. Таким чином, логістичні труднощі стали каталізатором перегляду зовнішньоторговельних стратегій і зміни структури партнерських ринків.

Подальше ускладнення логістичного забезпечення пов'язане із систематичними ударами Росії по енергетичній інфраструктурі України, що створює додаткові ризики для функціонування холодильних потужностей та забезпечення стабільності «холодного ланцюга». Для мінімізації загроз багато компаній розосередили свої холодильні склади або перемістили частину потужностей за кордон, зокрема до Польщі та Чехії. Водночас тривалі відключення електроенергії змушують виробників швидко реалізовувати продукцію, що спричиняє цінові коливання та знижує гнучкість у плануванні виробництва й експорту.

Зважаючи на високу чутливість ягідної продукції до порушення температурного режиму, обмеженість інфраструктурних можливостей та зростаючу нестабільність логістичних процесів, особливості забезпечення ягідного ринку набувають особливої актуальності. Саме тому нижче наведена таблиця систематизує основні тенденції, проблеми та логістичні виклики, що визначають сучасний стан і перспективи розвитку ягідного сектору України.

ВИСНОВКИ

Ягідництво є однією з найбільш перспективних галузей аграрного сектору, оскільки поєднує відносно короткий період окупності інвестицій, високий рівень доданої вартості та стабільний попит як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Ефективність виробництва ягід значною мірою залежить від рівня впровадження інновацій, зокрема сучасних технологій вирощування, зрошення, захисту рослин, механізації збору врожаю та використання високопродуктивних сортів, адаптованих до ґрунтово-кліматичних умов. Собівартість ягідної продукції залишається чутливою до впливу зовнішніх факторів, серед яких ключовими є кліматичні ризики, зростання цін на матеріально-технічні ресурси, дефіцит сезонної робочої сили та логістичні обмеження, що особливо загострилися в умовах воєнних викликів.

Ринок ягідної продукції характеризується високим рівнем конкуренції, зокрема з боку імпоротної продукції та виробників із країн ЄС. Це зумовлює необхідність підвищення якості продукції, дотримання міжнародних стандартів безпечності та розвитку післязбиральної інфраструктури.

Переробка ягід та розвиток кооперативних форм господарювання є важливими чинниками підвищення економічної стійкості виробників, зменшення ризиків цінових коливань та розширення каналів збуту.

Державна підтримка та залучення інвестицій мають визначальне значення для подальшого розвитку галузі, зокрема через програми підтримки малих і середніх виробників, компенсацію вартості закладання ягідників, розвиток зберігальних потужностей та експортної логістики.

Загалом, розвиток ягідництва в Україні має значний економічний і соціальний потенціал, сприяє диверсифікації аграрного виробництва, створенню робочих місць у сільській місцевості та зміцненню експортних позицій країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аграрій розповів про рентабельність та ризики ягідного бізнесу
<https://www.agronom.com.ua/agrarij-rozpoviv-pro-rentabelnist-ta-ryzyky-yagidnogo-biznesu/>
2. Асоціація «Ягідництво України». <https://uaberries.com/>
3. Бізнес-тур українських переробників органічної плодово-ягідної продукції до Нідерландів <https://qftp.org/news/business-tour-of-ukrainian-organic-fruit-and-berry-processing-companies-to-the-netherlands/>
4. Виробники ягід підбили підсумки ягідного сезону-2025.
<https://superagronom.com/news/21591-virobniki-yagid-pidbili-pidsumki-yagidnogo-sezonu-2025>
5. Державна служба статистики України. <https://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Дослідження «Вплив COVID-19 на ринок фруктів та ягід у сезоні 2020/21»
file:///C:/Users/Roma/Downloads/%D0%94%D0%BE%D1%81%D0%BB%D1%96%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%C2%AB%D0%92%D0%BF%D0%BB%D0%B8%D0%B2%20COVID-19%20%D0%BD%D0%B0%20%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%BA%20%D1%84%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%82%D1%96%D0%B2%20%D1%82%D0%B0%20%D1%8F%D0%B3%D1%96%D0%B4%20%D1%83%20%D1%81%D0%B5%D0%B7%D0%BE%D0%BD%D1%96-2020_21%C2%BB%20(1).pdf
7. 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>
8. Гетьманський В.О. Економічна природа та теоретична сутність ефективності функціонування підприємства
https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2009/19_13/100_Getmanski_19_13.pdf
9. Глобальний ринок лохини 2025: можливості для України.
<https://uaberries.com/novyny/rynok/hlobalnyi-rynok-lokhyny-2025-mozhlyvosti-dlia-ukrainy>

10. Динаміка виробництва та зовнішньої торгівлі ягодами України.
<https://uaberries.com/novyny/rynok/dynamika-vyrobnytstva-ta-zovnishnoi-torhivli-iahodamy-ukrainy>
11. Експорт замороженої малини за рік зріс на 34%. Але 95% української ягоди продається за кордон як сировина. Які перспективи?
<https://latifundist.com/spetsproekt/1150-eksport-zamorozhenoyi-malini-za-rik-zris-na-34-ale-95-ukrayinskoyi-yagodi-prodayetsya-za-kordon-yak-sirovina-yaki-perspektivi>
12. Колокольчикова І.В., Макаренко П.М. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ МОНІТОРИНГУ РИНКУ ПЛОДОВО – ЯГІДНОЇ ПРОДУКЦІЇ
<file:///C:/Users/Roma/Downloads/591-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-2486-1-10-20230630.pdf>
13. Колокольчикова І.В. Модель поведінки споживача на ринку плодово-ягідної продукції: фактор сільської місцевості.
http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2020/2_2020/10.pdf
14. Кравченко, В. (2024). Ефективність діяльності підприємства: зміст, види та роль у сучасних умовах. *Економіка та суспільство*, (65).
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-93>
15. Ланцюжок до <https://propozitsiya.com/news/lantsyuzhok-dodanoyi-vartosti-u-vyrobnytstvi-yahid-ukrayina-postachalnyk-syrovyny-polshcha> даної вартості у виробництві ягід: Україна – постачальник сировини, Польща — переробник та реекспортер
16. Лозова т. Теоретико-методичні основи логістичного розвитку ринку плодово-ягідної продукції України. https://impeer.org.ua/wp-content/uploads/2021/08/Lozova_aref.pdf
17. Назаренко І. Економічний зміст ефективності діяльності підприємств. Галицький економічний вісник. 2022. №3(76). С. 15-22.
URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/39218/2/GEB_2022v76n3_Nazarenko_I-Economic_content_of_the_15-22.pdf.

18. Новини ринків // The Ukrainian Farmer. - 2012.- №1.- С.8
19. Отенко І. П. Ефективність як основне поняття та критерій діяльності підприємства. Бізнес Інформ. 2020. №6. С. 190–195.
URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-6-190-195>.
20. Підсумки PROGRESS в розробці національної програми адаптації до зміни клімату та підвищення стійкості сільського господарства, плідівництва та ягідництва (дослідження проведено за період з квітня 2024 р. по грудень 2024 р.). Київ, 2025. <https://ief.org.ua/files/library/903/ukraine-report-output-i-ua.pdf>
21. Петков О. І. Економічна ефективність підприємств та фактори впливу на неї. Український журнал прикладної економіки. 2021. Том 6, № 1. С. 392-399.
URL: http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2022/07/ujae_2021_r01.pdf#page=392
22. Рослинництво України: стат. зб. Київ: Держстат України, 2022. 183 с.
23. Рульєв В. А. Конкурентоспроможність плодів і ягід / В. А. Рульєв. – Мелітополь: Видавничий дім ММД, 2007. – 315 с.
24. Самойлик Ю. В., Кулик О. С., Балана О. О. Стратегія розвитку ягідного напрямку аграрного бізнесу: економічні, екологічні, маркетингові тренди. Економіка та управління національним господарством : матеріали наук. пр. Міжрег. академ. упр. пер. Ек. наук. Вип. 3(62). 2021. С. 7-12 DOI: <https://doi.org/10.32689/2523-4536/62-1>
25. Самофалов Д. СТАН ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ ПЛОДІВ І ЯГІД В УМОВАХ СУЧАСНОСТІ <file:///C:/Users/Roma/Downloads/6801-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-6707-1-10-20251124.pdf>
26. Сільське господарство 4.0 — приклад розвитку в Україні <https://kurkul.com/spetsproekty/1743-silke-gospodarstvo-40--priklad-rozvitku-v-ukrayin>

27. Сезон лохини в Україні третій рік поспіль стартує з вищих цін.
<https://ukragroconsult.com/news/sezon-lohyny-v-ukrayini-tretij-rik-pospily-startuye-z-vyshhyh-czin/>
28. Світовий ринок лохини стрімко змінюється: Україна, Колумбія, Грузія та Зімбабве серед лідерів зростання <https://propozitsiya.com/news/svitovyy-rynok-lokhyny-strimko-zminyuyetsya-ukrayina-kolumbiya-hruziya-ta-zimbabve-sered>
29. Ставка на чорне: агротехніка смородини та продуктивні сорти для вирощування в Україні [Електронний ресурс]. URL: <https://www.ogorodnik.com/articles/stavka-na-chorne> (дата звернення 22.01.2025)
30. Стало відомо, скільки ожини вирощується в Україні.
<https://superagronom.com/news/21091-stalo-vidomo-skilki-ojini-viroschuyetsya-v-ukrayini>
31. Стан ринку ягід в Україні: поточний стан виробництва та внутрішнього ринку України на 2024 рік. <https://uaberries.com/novyny/novyny-sektoru/stan-rynku-iahid-v-ukraini-potochnyi-stan-vyrobnytstva-ta-vnutrishnoho-rynku-ukrainy-na-2024-rik>
32. Стали відомі найбільші експортери ягід <https://agrotimes.ua/ovochi-sad/staly-vidomi-najbilshi-eksportery-yagid/>
33. Ягідна галузь України: виклики, досягнення та нові горизонти розвитку <https://www.jagodnik.info/yagidna-galuz-ukrayiny-vyklyky-dosyagnennya-ta-novi-goryzonty-rozvytku/>
34. Ярославський А. О. Економічна ефективність діяльності підприємства: теоретичний аспект. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2018. Вип. 20, ч. 3. С. 174-177. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/20_3_2018ua/38.pdf.
35. ЯРОФРУТ. <https://yarofruit.com.ua/?srsltid=AfmBOooPv2XaFcZ09TN5fH-p5ZprFfjnKWTsiiJEPEwkyQBATWxCuc2d>
36. Christopher M., 2011, Logistics and Supply Chain Management, Financial Times Prentice Hall, Pearson Education Limited, London

37. FAOSTAT – FAO Statistics Division. URL: <http://www.fao.org/faostat/en>
38. Kozuń-Cieślak G. (2013), Efektywność – rozważania nad istotą i typologią, „Kwartalnik Kolegium Ekonomiczno-Społecznego Studia i Prace / Szkoła Główna Handlowa”, nr 4.
39. Leibenstein, H. Allocative Efficiency and X-Efficiency // The American Economic Review, 56 (1966). – PP. 392-415.
40. Matwiejczuk, Rafał. (2018). Strategia logistyczna w tworzeniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. 44-55. 10.15611/pn.2018.505.03.
41. Metody ilościowe w systemie prognozowania cen produktów rolnych file:///C:/Users/Roma/Downloads/r-89_hamulczuk-net.pdf
42. Niemczyk W. (2014), Współczesne metody pomiaru efektywności funkcjonowania systemów zdrowotnych, „Studia Ekonomiczne”, nr 180, cz. 2, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katowice.
43. Persson G., 1991, Achieving competitiveness through logistics, The International Journal of Logistics Management, vol. 2, no. 1, s. 1–11.
44. Polska: Innowacyjne startupy okółorolnicze. <https://agronomist.pl/artykuly/polska-innowacyjne-startupy-okolorolnicze>
45. Szudy M. (2014), Efektywność ekonomiczna w ujęciu dynamicznym a sprawność systemu gospodarczego, „Studia Ekonomiczne”, nr 176, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katowice
46. Waśniewski J. Wybrane różnice w ujmowaniu efektywności organizacyjnej. file:///C:/Users/Roma/Downloads/7_19.pdf
47. Wilczyński R. (2014), Pomiar efektywności a cele przedsiębiorstw, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Finanse, Rynki Finansowe,