

**Видання присвячене  
115-й річниці Одеської національної академії харчових технологій  
та 5-й річниці Навчально-наукового інституту прикладної економіки  
та менеджменту імені Г. Е. Вейнштейна**

**АДАПТИВНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ  
ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ  
ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ  
МІНЛИВОГО СВІТУ**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Одеська національна академія харчових технологій  
НАУКОВА ШКОЛА  
«Забезпечення функціонування та розвитку системи економічної  
безпеки держави та суб'єктів господарської діяльності»

**АДАПТИВНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ  
ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ  
ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ  
МІНЛИВОГО СВІТУ**

*Матеріали  
наукового симпозиуму  
з міжнародною участю  
**19 травня 2017 року***

За редакцією **О. І. Павлова**

Одеса  
«Астропринт»  
2017

**Адаптивні** стратегії розвитку підприємств харчової промисловості в умовах мінливого світу : матеріали наукового симпозиуму з міжнародною участю (19 травня 2017 р., м. Одеса) / Наукова школа «Забезпечення функціонування та розвитку системи економічної безпеки держави та суб'єктів господарської діяльності» ; за ред. О. І. Павлова ; Одеська національна академія харчових технологій. — Одеса : Астропринт, 2017. — 232 с.  
ISBN 978–966–927–252–2

У збірнику подано тексти доповідей учасників наукового симпозиуму, які представляють науково-дослідні установи, вищі навчальні заклади України та зарубіжних країн. У них обґрунтовано теоретичні та методологічні засади, інструменти, механізми та напрями стратегічного управління сталим та безпечним розвитком підприємств харчової промисловості в умовах мінливого середовища господарювання.

Видання розраховане на наукових співробітників, викладачів, докторантів, аспірантів, студентів, економістів, менеджерів, маркетингологів та інших фахівців галузі харчової промисловості.

УДК 338.439(063)

ISBN 978–966–927–252–2

© Одеська національна академія харчових технологій, 2017

**Павлов О. І.**  
ВІТАЛЬНЕ СЛОВО ..... 11

*Тематичний напрям 1*  
ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ  
СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ  
ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

**Андрєєва Н. М., Зіньковська Д. В.**  
Маркетингова діагностика експортного потенціалу підприємств агропродовольчої сфери як інструмент прийняття стратегічних рішень ..... 13

**Антоненко М. Н.**  
Новая политическая идеология эволюции предприятий АПК Беларуси ..... 18

**Дідух С. М.**  
Основні принципи і напрями розвитку агропродовольчої сфери України ..... 23

**Коваленко О. В.**  
Щодо стратегічних пріоритетів державної продовольчої політики в умовах сьогочасних викликів ..... 26

**Крисанов Д. Ф.**  
Теоретичні засади і прикладні аспекти формування європейської моделі харчової безпеки в аграрному секторі економіки України ..... 30

**Кулаковська Т. А.**  
Системний підхід до регулювання сталого та збалансованого розвитку агропродовольчої сфери України ..... 47

**Пармакли Д. М., Дудогло Т. Д.**  
Примеры графического метода исследований в экономике ... 52

*Тематичний напрям 2*СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ  
СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ  
ПРОМИСЛОВОСТІ**Бондар В. А.**Перспективи розвитку ринку органічних продуктів  
України ..... 61**Самофатова В. А.**Формування сільсько-міського континууму  
для забезпечення сталого розвитку агропродовольчої  
сфери регіону ..... 65*Тематичний напрям 3*РЕАЛІЗАЦІЯ МЕХАНІЗМУ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ  
НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**Козак К. Б.**Ефективне управління персоналом як передумова  
виживання вітчизняних підприємств у конкурентному  
середовищі ..... 70**Смоквін М. В.**Стан та основні напрями розвитку підприємств харчової  
промисловості Одеської області ..... 74*Тематичний напрям 4*ЕФЕКТИВНІСТЬ СТВОРЕННЯ І ФУНКЦІОНУВАННЯ  
ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ У ХАРЧОВІЙ  
ПРОМИСЛОВОСТІ**Гончарук А. Г., Лазарева Н. О.**Про ефективність українського виноробства:  
порівняльний аналіз ..... 78**Дерменжі Д. Ф.**Вплив змін до Податкового кодексу України на економіку  
країни ..... 82*Тематичний напрям 5*СТРАТЕГІЯ АКТИВНОЇ І ПАСИВНОЇ АДАПТАЦІЇ  
ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ  
ДО МІНЛИВИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ**Каламан О. Б.**Стратегічні напрями удосконалення регулювання  
виноробної галузі ..... 87**Фрум О. Л.**Застосовність активних адаптивних стратегій в стратегічному  
управлінні підприємствами ..... 91*Тематичний напрям 6*ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ТА ТЕХНОЛОГІЧНИХ  
ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ  
ПРОМИСЛОВОСТІ**Баранюк Х. О.**Дослідження окремих аспектів впливу факторів  
на конкурентоспроможність підприємств ..... 96**Бєлошапко М. О., Лобоцька Л. Л.**Розвиток ринку лізингових послуг для агропродовольчої  
сфери України на сучасному етапі ..... 100**Егунов Ю. А., Егунова И. Н.**Управление устойчивостью оптимальной производственной  
программы предприятия ..... 106**Касян С. Я.**Аграрна логістична дистрибуція та маркетингові  
комунікаційні технології харчових підприємств: складові  
інтерактивності ..... 110**Ліпова О. Л.**Впровадження управлінських інновацій на підприємствах  
харчової промисловості ..... 116**Магденко С. О., Ощепков О. П.**Дослідження питань впровадження інновацій  
на підприємствах м'ясопереробної галузі ..... 121**Ніценко В. С.**Напрями підвищення енергоефективності  
на підприємствах харчової промисловості ..... 124

<b>Іртищева І. О.</b>	
Еколого-економічні проблеми використання води в харчовій промисловості . . . . .	215
<b>Мартинюк О. М.</b>	
Адаптивний механізм екологізації інноваційної діяльності підприємств агропродовольчої сфери України: стратегічні та проблемні питання впровадження . . . . .	218
<b>Меглей В. І.</b>	
Екологічні складові якості агропродовольчої продукції . . . . .	222
<b>Щурик М. В.</b>	
Екологічні пріоритети підприємств харчової промисловості в агропромисловому комплексі . . . . .	226

## ВІТАЛЬНЕ СЛОВО

### Шановні друзі!

Проведення нашого наукового симпозиуму співпало у часі зі знаменними подіями — 115-ю річницею Одеської національної академії харчових технологій та п'ятиріччям з утворення Навчально-наукового інституту прикладної економіки та менеджменту імені Г. Е. Вейнштейна (ННІПЕтаМ) й наукової школи «Забезпечення функціонування та розвитку системи економічної безпеки держави та суб'єктів господарської діяльності».



За останні п'ять років в рамках тематики наукової школи підготовлено та захищено 4 докторських (2 було підготовлено на кафедрі економіки промисловості, а захищено на створеній на її базі кафедрі управління бізнесом; по 1 — на кафедрах менеджменту і логістики та маркетингу, підприємництва і торгівлі) та 17 кандидатських (по 5 — на кафедрах економіки промисловості, менеджменту і логістики, обліку і аудиту, 2 — на кафедрі маркетингу, підприємництва і торгівлі) дисертацій. За участю викладачів, докторантів, аспірантів, студентів академії, вітчизняних та зарубіжних науковців видано 16 колективних (6 — на кафедрі менеджменту і логістики, по 5 — на кафедрах обліку і аудиту та економіки промисловості, 1 — на кафедрі маркетингу, підприємництва і торгівлі) та 7 індивідуальних (6 — на кафедрі економіки промисловості, 1 — на кафедрі менеджменту і логістики) монографій. З 2012 року проведено 4 міжнародних науково-практичних конференцій, а також наукові конференція, симпозиум, семінар, 4 колоквиуми з міжнародною участю. За підсумками їх роботи видано 1 монографію та 10 збірників тез доповідей.

В нашому науковому симпозиумі взяли участь наукові співробітники, викладачі, докторанти, аспіранти, студенти, державні службовці чотирьох зарубіжних країн та десяти міст України, які представляють Державну установу «Інститут економіки та прогнозування» НАН

України, Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, Інститут продовольчих ресурсів НААН, вищі навчальні заклади нашої країни, органи державної влади.

Наша діяльність в рамках тематичної спрямованості наукової школи є свідченням її користі для науки та чималого значення для вітчизняної практики господарювання.

Бажаю усім подальшої плідної роботи, творчості та натхнення.

З найкращими побажаннями  
керівник наукової школи, завідувач  
кафедри економіки промисловості ОНАХТ,  
перший директор ННПЕтаМ,  
доктор економічних наук, професор  
**Павлов Олександр Іванович**

## Тематичний напрям 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

**Н. М. Андрєєва**

*д-р екон. наук; головний науковий співробітник Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, м. Одеса, Україна*

**Д. В. Зіньковська**

*аспірантка кафедри маркетингу Одеського національного економічного університету, м. Одеса, Україна*

### МАРКЕТИНГОВА ДІАГНОСТИКА ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРИЙНЯТТЯ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ

Сучасна економічна ситуація в Україні характеризується посиленням ролі процесів інтеграції, глобалізації, соціалізації, інформатизації та екологізації виробництва. Це призводить до того, що ключовим вектором розвитку вітчизняних підприємств стає зовнішньоекономічна діяльність. Від можливостей підприємств до участі у міжнародній економічній співпраці залежить динаміка розвитку економіки України в цілому. Цей принцип є актуальним для усіх галузей економіки, проте доцільним є виділення провідної, стратегічної галузі, зрушення у якій сприятимуть розвитку і суміжних сфер. Такою галуззю може бути агропромисловий комплекс економіки України. Продукція, що випускається підприємствами агропродовольчої сфери, користується попитом серед споживачів на міжнародному ринку. Зробити такий висновок можливо після аналізу показників структури експорту та імпорту. Частка експорту продукції агропромислового комплексу України за період з 2006 по 2015 роки зросла з 11,86 % до 38,19 %, тобто більше ніж у 3 рази. В той час як імпорт зріс за той самий період із 7 % до 9,3 % [1, с. 7].

Саме тому більшого значення набуває вивчення поняття експортного потенціалу підприємства, інструментарію його дослідження та оцінки, а також методів керування ним. На нашу думку, ефективними

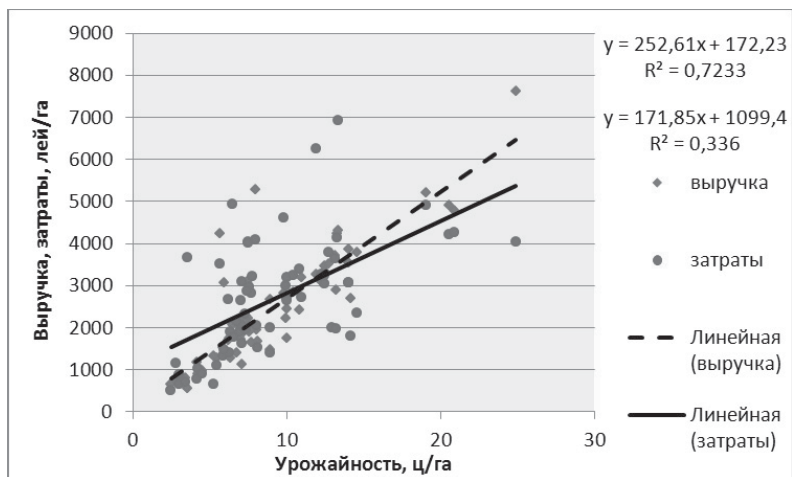


Рис. 6. Пример использования графиков для определения порога рентабельности

Графики также широко используются при прогнозировании экономических явлений. Выявляя тенденцию развития того или иного экономического явления можно методом экстраполяции спрогнозировать изменения показателей на несколько лет вперед.

Вышеизложенное подтверждает важное практическое значение умелого использования графического метода исследований в экономике.

### Литература

1. Колмаков Л. П. Методика графического анализа эффективности производства и реализации сельскохозяйственной продукции / Л. П. Колмаков // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. — 2003. — № 5. — С. 15–19.
2. Пармакли Д. М. Методы экономических исследований / Д. М. Пармакли. — Cahul: Univ. De Stat din Cahul «B-P-Наşdeu», 2007. — 112 р.
3. Пармакли Д. М. Экономика сельского хозяйства: учебное пособие / Д. М. Пармакли, А. Е. Шамин, Н. Я. Коваленко. — Княгинино: НГИЭУ, 2015. — 246 с.
4. Пармакли Д. М., Тодорич Л. П., Дудогло Т. Д., Яниогло А. И. Эффективность землепользования: теория, методика, практика: монография / Д. М. Пармакли, Л. П. Тодорич, Т. Д. Дудогло, А. И. Яниогло. — Комрат, 2015. — 248 с.

## Тематичний напрям 2

### СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

**В. А. Бондар**

*аспірантка кафедри менеджменту і логістики  
Одеської національної академії харчових технологій, м. Одеса, Україна*

#### ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОРГАНІЧНИХ ПРОДУКТІВ УКРАЇНИ

За даними Міжнародної федерації органічного руху, загальний обіг органічної продукції в світі досяг 60 млрд дол., загальна площа земель, що використовуються для органічного виробництва, досягла майже 37 млн га, а загальна кількість зайнятих — 1,8 млн фермерів. Лідерами органічного виробництва стали США (26,8 млрд дол.), Німеччина (7,9 млрд дол.), Франція (4,5 млрд дол.).

Україна має значний потенціал як виробник сільськогосподарської продукції, зокрема, органічної сільськогосподарської продукції, її експорту, споживання на внутрішньому ринку, оскільки на її території площа земель сільськогосподарського призначення становить близько 42,4 млн га. Так, площа органічних сільськогосподарських угідь в Україні складає близько 270 тис. га, їх частка у загальному обсязі сільськогосподарських угідь складає майже 0,7 %. З такими показниками Україна займає 20-те місце у світі. З метою визначення тенденцій розвитку ринку органічної продукції проведено дослідження динаміки площ сільськогосподарських угідь України, що відведені під вирощування органічної продукції [1].

У 2009 році Україна увійшла до п'ятірки країн-лідерів з вирощування органічної пшениці. Площа під її вирощування склала 50,4 тис. га. З метою подальшого дослідження особливостей і тенденцій розвитку ринку органічної продукції України розглянуто динаміку кількості органічних господарств.

Протягом 2002–2015 років кількість органічних господарств постійно збільшується. Так, якщо у 2002 році функціонувало 31 господарство, то у 2015 році — вже 164 органічних господарства.

Порівнюємо темпи росту площ органічних сільськогосподарських угідь та кількості органічних господарств з метою глибшого аналізу тенденцій розвитку ринку органічної продукції України. Протягом 2006–2015 років темпи росту кількості органічних господарств перевищують темпи росту площ органічних сільськогосподарських угідь, що може свідчити про наступне:

- новоутворені органічні господарства — зазвичай невеликі підприємства, що вирощують органічну продукцію на незначних площах, несуттєво примножують основний фонд органічних сільськогосподарських угідь;
- незначний приріст площ органічних сільськогосподарських угідь порівняно з більшим приростом кількості органічних господарств може свідчити про певні процеси перерозподілу ринку у цій сфері;
- у той же час незначний приріст площ під вирощування органічної продукції та зростаюча кількість органічних господарств може свідчити про інтенсивні процеси як закриття, так і відкриття бізнесу у цій сфері [2, с. 143–145].

Для виокремлення основних тенденцій розвитку та визначення перспектив ринку розвитку органічної продукції, окрім дослідження пропозиції, варто дослідити попит на ринку. Дослідження попиту на ринку органічної продукції здійснено за обсягом виробництва органічної продукції України.

Обсяг виробництва органічної продукції постійно зростає. Так, у 2006 році обсяг ринку складав 250 тис. євро, у 2015 році він становив 8,25 млн євро.

Виходячи із порівняння темпів росту площ органічних сільськогосподарських угідь, кількості органічних господарств та обсягу виробництва органічної продукції України за 2006–2015 роки, можна зробити наступний висновок: темпи росту обсягу виробництва органічної продукції значно перевищують темпи росту площ під органічні сільськогосподарські угіддя та кількості органічних господарств, що свідчить про зростання кількості споживачів органічної продукції, зростання попиту на органічну продукцію на зовнішніх ринках та щорічне підвищення цін на цю продукцію.

Ринок органічної продукції в світі зростає. Вже 10 % населення світу споживає органічну продукцію, натомість в Україні такого населення, за різними джерелами, приблизно 1–2 %. Органічна продукція у порівнянні зі звичайною є дорожчою, що ускладнює розширення внутрішнього ринку в Україні. В середньому ціна на органічну продукцію

у 2–2,5 рази вища, ніж на звичайні харчові продукти. Це пояснюється невеликими обсягами виробництва, які не дають можливості економити на масштабі виробництва, високі витрати праці. Проте саме натуральність і органічність продукції є однією із конкурентних переваг на ринку, якою користуються більшість виробників продуктів харчування в Україні [3].

Щоб визначити, чи потребують українці згаданих продуктів, було проведено маркетингове дослідження у мережі Інтернет. На питання анкети відповіли 100 чоловіків і жінок віком від 18 до 60 років (жители міст — Одеса, Миколаїв, Херсон). Респондентів задалегідь проінформували про те, що таке органічні продукти. Результат виявився разючим — 95,4 % українців прагнуть купувати органічні продукти. Більшість (89,4 %) пояснює свій вибір корисністю органічних продуктів для здоров'я. Щоправда, жінки більше, ніж чоловіки, звертають увагу на цю обставину. А от, скажімо, натуральний смак шанують тільки респонденти-чоловіки.

Купівельна спроможність українців не надто висока. За офіційними даними, середньомісячна зарплата в Україні у лютому 2017 р. складала 6209 грн. Проте понад половину респондентів (55,8 %) за органічні продукти готові платити більше, ніж за звичайні.

Щоб визначити, які чинники важливі при купівлі органічних продуктів, респондентам було запропоновано на вибір варіанти відповідей, але не більше двох. Внаслідок цього суттєвими виявились добра репутація виробника та наявність знаку (маркування) органічної продукції. Цей вибір не залежить від статі, віку, освіти та інших характеристик респондентів.

На основі цього дослідження зроблено висновок, що потенційний покупець органічної продукції молодий (18–29 років), не перебуває в шлюбі, добре освічений і має вищий за середній дохід. Переважне місце для купівлі органічних харчових продуктів — звичайні магазини. На вибір товару найбільше впливають добра репутація виробника та наявність знаку (маркування) органічної продукції.

Проведене опитування показало, що в Україні покупець органічної продукції є й чекає на неї. Справа виробників і торгівців — заповнити нішу органічних товарів.

Лідерами органічного сільськогосподарського виробництва в Україні є ПП «Агроекологія» (Полтавська область), група компаній «Етнопродукт» (Чернігівська область), ТОВ «Галекс-Агро» (Житомирська область), «Органічне господарство «Махаріші» (Херсонська

та Миколаївські області), ПП «Мельник» (Вінницька область), ТОВ «Чистий продукт-С» (Донецька область) та багато інших [5].

Кінцевим продуктом виробництва органічних продуктів харчування є не лише харчові продукти, які вживають в їжу, а й ті екологічні, економічні, соціальні та медичні блага, які створює ведення органічного сільськогосподарства.

Сьогодні Україна перебуває на третьому етапі формування ринку органічних продуктів харчування — ринковому. У 2008 році в першому читанні було прийнято Закон України «Про органічне виробництво». Розвивається мережа реалізації органічної продукції: відкриття органічних магазинів («Натур Бутік», м. Київ), включення екологічно чистих продуктів харчування в асортимент вітчизняних супермаркетів («Білла», «Метро», «Вест Лайн»). Протягом 2015 року кількість магазинів з органічною продукцією зростає втричі і досягла 60 одиниць. Наприкінці поточного року їх має бути вже понад 140. Зростає кількість виробників органічної сировини та сертифікованих переробних організацій (ТОВ «Крок», СПД «Ішук», ТОВ «ДПК Вайз», Консервний цех Іллінецького НДГ, ТОВ «Круп'яний Дім») [4, с. 76].

Проведений аналіз ринку органічної продукції в Україні та його розвиток свідчить про те, що він стрімко розвивається, збільшується кількість споживачів, удосконалюється правова база. Потенціал виробництва органічної продукції характеризується приростом кількості товаровиробників, споживачів та частки продажів органічної продукції.

Головною проблемою органічного виробництва України є те, що експортуються продукти вітчизняного органічного виробництва у вигляді сільськогосподарської сировини.

### *Література*

1. Прокопенко О. В. Економічне стимулювання реалізації екологічної політики інвестиційного забезпечення природокористування [Електронний ресурс] / О. В. Прокопенко. — Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>
2. Хомош Ю. С Екологічна культура як стратегія розвитку промислових підприємств / Ю. С Хомош // Вісн. Хмельницького націон. ун-ту, 2007. — № 4. — С. 143–145.
3. Котельников В. А. Экологически чистые технологии [Электронный ресурс] / В. А. Котельников. — Режим доступа: <http://1000ventures/ environment.ru>

4. Баланси сільськогосподарської продукції та продовольства в Україні за 2010–2014 рр. / Ю. О. Лупенко, О. М. Шпичак, Ю. П. Воскобійник [та ін.]. — К.: ННЦ ІАЕ, 2014. — 76 с.
5. Неліна В. С. Органічні харчі замість «хімії» [Електронний ресурс] / В. С. Неліна. — Режим доступу: <http://www.umoloda.kiev.ua/number/1660/237/58574/>

### **В. А. Самофатова**

*канд. екон. наук, доцент; докторант кафедри економіки промисловості Одеської національної академії харчових технологій, м. Одеса, Україна*

### **ФОРМУВАННЯ СІЛЬСЬКО-МІСЬКОГО КОНТИНУУМУ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ РЕГІОНУ**

На сучасному етапі розвитку науки, знань, цивілізації, стану середовища і зростання рівня усвідомлення потенційних загроз, концепція сталого розвитку є відповіддю на глобалізацію наростаючих проблем. Сталість розвитку агропродовольчої сфери (АПС) повинна характеризуватися не тільки стабільним економічним і соціальним ефектом, але і позитивними трансформаціями в системі навколишнього природного розумного середовища існування людей — ноосфери. Розвиток АПС кожного конкретного регіону зумовлений специфікою природно-кліматичних, соціально-економічних, екологічних та інших умов і факторів, які визначають своєрідність її галузевої і функціональної структури. В. Данилов-Данильян і К. Лосєв, характеризуючи поняття зростання і розвитку, пропонують враховувати різницю між ними. Зростання означає збільшення розмірів, а розвиток — розширення і реалізацію потенційних можливостей; рости — значить збільшуватися кількісно, а розвиватися — покращуватися якісно. Кількісне зростання і якісний розвиток підпорядковуються різним законам і дають різні результати [1, с. 109]. Дефініція «сталий розвиток» прийнятно до агропродовольчої сфери конкретизована в матеріалах, прийнятих на сесії Світової продовольчої і сільськогосподарської організації (FAO) у Римі у 1996 році, причому головним завданням програми сталого розвитку АПС є зростання рівня виробництва продуктів харчування сталим способом і забезпечення продовольчої безпеки. Для вирішення цієї проблеми необхідно підтримувати освітні ініціативи, викорис-

*Наукове видання*

**АДАПТИВНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ  
ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ  
ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ  
МІНЛИВОГО СВІТУ**

*Матеріали  
наукового симпозиуму  
з міжнародною участю  
19 травня 2017 року*

Відповідальність за інформацію,  
викладену в публікаціях, несуть автори

*Українською та російською мовами*

Завідувачка редакції *Т. М. Забанова*  
Редактор *Н. Я. Рихтік*  
Технічний редактор *М. М. Бушин*  
Дизайнер обкладинки *В. І. Костецький*  
Коректор *І. В. Шепельська*

---

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 13,49.  
Тираж 300 прим. Зам. № 188 (42).

Видавництво і друкарня «Астропринт»  
65091, м. Одеса, вул. Разумовська, 21  
Тел.: (0482) 37-07-95, 37-14-25, 33-07-17, (048) 7-855-855  
e-mail: [astro\\_print@ukr.net](mailto:astro_print@ukr.net); [www.astroprint.ua](http://www.astroprint.ua); [www.stranichka.in.ua](http://www.stranichka.in.ua)  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1373 від 28.05.2003 р.