

**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

A28 **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

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

ВІТАЛЬНЕ СЛОВО

Шановні друзі!

Проведення нашого наукового симпозіуму 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, симпозіум, семінар, 4 колоквиуми з міжнародною участю. За підсумками їх роботи видано 1 монографію та 10 збірників тез доповідей.

В нашому науковому симпозіумі 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 зовнішньо-економічна 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

2. Про фінансовий лізинг: Закон України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show>
3. Переваги та недоліки лізингу як виду кредитування засобів виробництва в Україні / Ярошевич Н. Б. // 36. наук.-техніч. пр. Наукового вісн. НЛТУ України. — 2009. — Вип. 19.5. — С. 241–246.
4. Підлісецький Г. М. Фінансовий лізинг як механізм державної підтримки технічного забезпечення сільського господарства / Г. М. Підлісецький // Економіка АПК. — 2011. — № 4 (199). — С. 75–79.
5. Дядюра А. Почему лизинг — один из показателей реформ в стране [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.uul.com.ua/press/leasnews/item_1040/
6. Інформація про стан і розвиток фінансових компаній, лізингодавців та ломбардів України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://nfp.gov.ua/content/stan-i-rozvitok-finansovih.html>

Ю. А. Егунов

*канд. екон. наук, доцент; доцент кафедри економіки підприємства
и організації підприємницької діяльності*

Одеського національного економічного університета, г. Одеса, Україна

И. Н. Егунова

*старший преподаватель кафедры экономики предприятия
и организации предпринимательской деятельности*

Одеського национального экономического университета, г. Одеса, Украина

УПРАВЛЕНИЕ УСТОЙЧИВОСТЬЮ ОПТИМАЛЬНОЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях рыночной экономики, когда каждый хозяйствующий субъект самостоятельно определяет направления своей производственной деятельности, номенклатуру и объемы выпускаемой продукции, значительно актуализируется задача формирования оптимальной производственной программы (ОПП) предприятия.

Важнейшей проблемой, снижающей действенность оптимизационных расчетов как инструмента формирования оптимального плана производства, является его чувствительность к колебанию основных параметров экономико-математической модели (ЭММ). Незначительные отклонения последних от запланированного их уровня (имеющие место в условиях рыночной турбулентности) приводят не только к изменению оптимальных объемов производства, но и, что самое главное, к изменению номенклатуры ОПП. Причем

указанные выше отклонения выявляются только на стадии производства, что не позволяет осуществлять какие-либо корректировки номенклатурного плана. В результате фактическая производственная программа предприятия может значительно отличаться от оптимальной.

В этой связи американский ученый В. Дж. Стивенсон отмечает, что менеджер может уверенно приступать к практической реализации оптимального решения, если оно относительно устойчиво к разумным изменениям основных параметров ЭММ [1, с. 271]. Здесь естественным образом возникают два вопроса. Каковы критерии относительной устойчивости ОПП и что понимать под разумными изменениями параметров ЭММ? Однако в рамках данной статьи ответы на поставленные выше вопросы не прозвучат, поскольку они требуют специального и глубокого исследования.

Формирование абсолютно устойчивой ОПП, по нашему убеждению, является нерешаемой задачей в принципе. Также не имеет решения и задача повышения устойчивости ОПП в процессе ее формирования за счет снижения чувствительности последней, поскольку данная характеристика объективно определяется значениями основных параметров ЭММ. При этом у менеджеров предприятия имеются реальные возможности в определенной степени обеспечивать устойчивость номенклатуры оптимального производственного плана в процессе его выполнения (далее для краткости — управление устойчивостью ОПП). В данной статье излагается авторский подход к решению указанной задачи.

Прежде всего, следует четко сформулировать основную цель процесса управления устойчивостью ОПП, которая, по нашему мнению, заключается в обеспечении допустимой вариации основных параметров ЭММ, т. е. такой вариации, в пределах которой состав и количественные значения продукции, вошедшей в ОПП, остаются неизменными.

Указанная выше цель определяет содержание процесса управления устойчивостью оптимального плана производства. Исследование данного вопроса мы будем осуществлять применительно к ОПП, максимизирующей прибыль от реализации продукции. При решении данной задачи в качестве коэффициентов целевой функции ЭММ традиционно используются удельные значения прибыли от реализации единицы продукции, рассчитанные по полной себестоимости. Однако использование указанного показателя существенно искажает

результаты оптимизационных расчетов, что обусловлено двумя основными причинами:

- высоким субъективизмом в расчетах удельной прибыли из-за отсутствия корректных методов распределения косвенных затрат;
- использованием в ЭММ ОПП упрощенной линейной функции к отражению более сложного (нелинейного) в реальной практике характера взаимосвязи общей величины прибыли с объемами продукции.

Для устранения указанных недостатков О. Орлов предлагает в расчетах общей суммы прибыли использовать показатель удельной маржинальной прибыли на единицу продукции [2, с. 39]. В этом случае целевая функция принимает следующий вид:

$$f(x) = \sum_{j=1}^m M_j * X_j - ЗП \rightarrow \max, \quad (1)$$

где X_j — количество j -й продукции; M_j — величина маржинальной прибыли на единицу j -й продукции; $ЗП$ — величина постоянных затрат предприятия в плановом периоде.

Однако использование целевой функции (1) требует наличия информации об общей сумме постоянных затрат предприятия, что не позволяет осуществлять оптимизационные расчеты на начальных этапах формирования производственной программы. Это — во-первых. Во-вторых, общая сумма постоянных затрат предприятия является постоянной величиной для всех допустимых решений задачи оптимизации производственной программы. Отсюда на всех (а не только на начальных) этапах формирования производственного плана в качестве критериального показателя мы предлагаем использовать общую величину маржинальной прибыли от реализации продукции [3, с. 90]. В этом случае целевая функция (1) примет следующий вид:

$$f(x) = \sum_{j=1}^m M_j * X_j \rightarrow \max \quad (2)$$

В качестве объектов управления устойчивостью ОПП теоретически можно рассматривать все параметры ЭММ, включая коэффициенты целевой функции, значения правой части системы основных ограничений и коэффициенты при неизвестных в левой части системы ограничений. Последние отражают удельные нормы расхода производственных ресурсов на единицу выпускаемой продукции и

играют важнейшую роль в построении ЭММ задачи формирования ОПП предприятия. Так, они не только входят в систему основных ограничений в качестве коэффициентов при неизвестных, но и непосредственно учитываются в расчетах коэффициентов целевой функции — удельной маржинальной прибыли на единицу продукции.

Однако данный параметр на практике не подвержен существенным изменениям (как минимум в текущем периоде), поскольку имеет относительно широкий релевантный диапазон. В силу этого нам представляется нецелесообразным включение его в состав объектов управления устойчивостью ОПП. Надо полагать, что из этих же соображений В. Дж. Стивенсон ограничился только двумя параметрами в анализе чувствительности и устойчивости ОПП — коэффициентами целевой функции и значениями правой части системы основных ограничений [1, с. 272].

Сам процесс управления устойчивостью оптимального плана производства в процессе его выполнения, на наш взгляд, должен включать четыре основных этапа.

На первом этапе определяются плановые (а в отдельных случаях — прогнозные) значения контролируемых параметров.

На втором этапе для каждого контролируемого параметра устанавливается диапазон допустимых колебаний. Так, для каждой основной переменной, вошедшей в оптимальный план, определяется так называемый диапазон оптимальности — такой диапазон значений коэффициентов целевой функции, в пределах которого количественные показатели решения для всех переменных останутся неизменными [1, с. 272]. Для переменных, не вошедших в оптимальный план, определяется так называемый диапазон незначительности — такой диапазон изменения коэффициентов целевой функции, в пределах которого данная переменная останется вне оптимального решения [1, с. 273].

Для каждого параметра правой части системы основных ограничений определяется диапазон выполнимости — такой диапазон изменения значений наличных производственных ресурсов, в пределах которого остаются неизменными их двойственные оценки или так называемые «теневые значения» [1, с. 273].

На третьем этапе определяется «критическая» номенклатура ОПП, которая должна являться объектом особого контроля. Так, при максимизации маржинальной прибыли предприятия последняя будет включать те виды продукции, для которых ожидаемые откло-

нення удельной (на единицу продукции) маржинальной прибыли выходят за допустимые пределы. Такие отклонения также можно отнести к разряду «критических».

На заключительном, четвертом, этапе для каждой позиции «критической» номенклатуры исследуются причины указанных отклонений и разрабатываются мероприятия по их устранению. Так, «критические» отклонения величины удельной маржинальной прибыли могут быть обусловлены целым рядом причин. К наиболее распространенным из них относятся: снижение отпускных цен на продукцию, повышение цен на сырьевые и топливно-энергетические ресурсы, ухудшение качества основного сырья, увеличение расходов на оплату труда основных рабочих.

Литература

1. Стивенсон В. Дж. Управление производством / Стивенсон Дж. Вильям; пер. с англ. — М.: ООО «Изд-во «Лаборатория базовых знаний», ЗАО «Изд-во БИНОМ», 1998. — 928 с.
2. Орлов О. О. Планування діяльності промислового підприємства: підручник / О. О. Орлов. — К.: Скарби, 2002. — 336 с.
3. Ступов Ю. А. Сучасні підходи до моделювання оптимальної виробничої програми промислового підприємства / Ю. А. Ступов // Вісн. соціально-екон. досліджень. — 2008. — Вип. 31. — С. 88–94.

С. Я. Касян

канд. екон. наук, доцент; доцент кафедри економічної теорії та маркетингу Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна

АГРАРНА ЛОГІСТИЧНА ДИСТРИБУЦІЯ ТА МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ: СКЛАДОВІ ІНТЕРАКТИВНОСТІ

Сучасні інноваційні знання у сфері аграрної логістичної дистрибуції здебільшого ґрунтуються на проривних технологіях у сфері координування створення значного обсягу маркетингової цінності упродовж логістичного ланцюга створення вартості. У цьому зв'язку маркетингологи харчових підприємств повинні володіти базовими компетенціями, що створюються підчас використання інноваційних ди-

дактичних технологій у маркетинговій освіті. Власне, тому важливо застосовувати сучасні інформаційні технології у логістиці дистрибуції харчової продукції.

Питання розвитку мобільності робочої сили на агропродуктових ринках, формування необхідної продуктивності праці відображують динамічні процеси взаємодії як усередині організації, так і між економічними агентами на ринку праці. Тобто комплексне розповсюдження інформаційно-комунікаційних технологій сприяє доброму забезпеченню розподілу аграрної продукції. Розвиток складових інтерактивності у віртуальному інформаційному просторі дозволяє досягати більшого рівня взаєморозуміння між учасниками ринкових процесів у сфері виробництва і дистрибуції харчової продукції. Запровадження маркетингу знань у сфері стратегічного управління розвитком підприємств харчової промисловості базується на розширенні лояльності у взаємовідносинах між учасниками аграрних розподільчих процесів.

М. Василевський та Р. Патора підкреслюють доцільність організаційного забезпечення ефективного координування комплексу ресурсних потоків підприємств, що уможливується завдяки функціонуванню інформаційних логістичних систем. Дійсно, циркулювання інформаційних потоків у інформаційній мережі є вагомим забезпечуючим мотивом взаємодії складових логістичної системи підприємств, включаючи субсистеми постачання, виробництва та розподілу [3, с. 27, 28].

Науковці справедливо підкреслюють, що варіативність логістичних ланцюгів опосередковується просторовою визначеністю дистрибуційних каналів та якісними детермінантами дистрибуції. При цьому процеси комунікаційної взаємодії у глобальному маркетингу сприяють функціонуванню міжнародних логістичних каналів. Якщо організація такої логістики відбувається в межах єдиного наукового, господарчого, освітнього простору ЄС, то прийнято говорити про дослідження єврологістики. Доцільним є аналізування єврологістичної системи, що представляє комунікаційно-логістичну взаємодію низки партнерських підприємств у межах єдиного економічного простору ЄС. Слушно наголошується на доцільності партнерської бізнес-взаємодії у межах конфігурації єврологістичної мережі [3, с. 29–31].

На наш погляд, інтенсифікація євроінтеграційних процесів сприяє до поживлення логістичної взаємодії харчових підприємств України з партнерами з ЄС. У границях такого маркетингового ін-

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; www.astroprint.ua; www.stranichka.in.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1373 від 28.05.2003 р.