

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 симпозіуму
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., Зінковська 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
--	----

Павлов О. І.

Стратегія інноваційного розвитку підприємства
як інструмент його адаптації до мінливих умов
господарювання 129

Савенко І. І.

Біопаливо як джерело зниження енергетичної залежності
України 134

Стрікаленко Т. В., Ляпіна О. В., Берегова О. М.

Водна криза: технологічні інновації та перспективи
їх впровадження 139

Терещенко С. І.

Інтелектуалізація систем менеджменту для забезпечення
високого рівня конкурентоспроможності підприємства 144

Яблонська Н. В.

Проблеми підвищення ефективності функціонування
виробничої галузі України 149

Тематичний напрям 7

**ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ
ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

Вербицька Г. Л.

Обґрунтування ефективності інвестиційних проєктів
підприємств харчової промисловості в умовах міжнародних
економічних відносин 153

Дем'янишина О. А.

Удосконалення обліково-аналітичного забезпечення
інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств харчової
промисловості 157

Лагодієнко В. В.

Особливості інвестиційного забезпечення інноваційної
діяльності в харчовій промисловості 162

Петков О. І.

Інвестиційний клімат України: сучасний стан
та перспективи 166

Стадницький Ю. І.

Підприємства харчової промисловості у матриці
класифікації благ за чинниками розміщення виробництва . . . 170

Тематичний напрям 8

**АКТУАЛЬНІ НАПРЯМИ ІНТЕГРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ
ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

Антонюк О. П., Антонюк П. О.

Аналіз напрямів інтеграції харчових виробництв у світовий
ринок 178

Великий П. П., Бочарова Е. В.

Обмен потребительскими благами между сельскими
жителями и мигрантами 185

Гамма Т. М.

Організаційні аспекти формування системи управління
інтегрованими системами безпеки в харчовій
промисловості 190

Мініна В. О., Федорова Т. С.

Оцінка оптимальної структури капіталу МНП S. A.
(ПАТ «Миронівський хлібопродукт») 193

Седікова І. О.

Напрями розвитку вертикально інтегрованих структур
ринку зерна 197

Шешеловський М. І.

Перспективи розвитку агропромислової інтеграції 201

Юрченко Н. С.

Актуальні напрями підвищення ефективності виробництва
і реалізації молока та молочної продукції України 203

Тематичний напрям 9

**АДАПТИВНИЙ МЕХАНІЗМ СТИМУЛЮВАННЯ
ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ
В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ**

Газуда Л. М., Газуда М. В.

Ґрунтово-кліматичні умови ведення сільського
господарства регіону 206

Гуменюк А. В., Школенко О. Б.

Економічна ефективність розвитку екологічно чистої
продукції в харчовій промисловості України 212

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 конференції, 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 ННІПЕтаМ,
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

Ю. І. Стадницький

*д-р екон. наук, професор; професор кафедри економіки і фінансів
Політехніки Свентокшиської, м. Кельце, Республіка Польща*

ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ У МАТРИЦІ КЛАСИФІКАЦІЇ БЛАГ ЗА ЧИННИКАМИ РОЗМІЩЕННЯ ВИРОБНИЦТВА

В Україні та Польщі поряд із сільськогосподарським виробництвом дуже хороші перспективи розвитку має харчова промисловість, ефективність якої значною мірою залежить від її просторової організації, що може удосконалюватися не лише шляхом правильного розміщення нових підприємств у галузі, але і шляхом покращення розміщення вже існуючих підприємств, якщо їх релокація* виявиться доцільною.

Очевидно, що харчова промисловість, будучи традиційною галуззю економіки, має нагромаджені традиції щодо розміщення підприємств галузі [1, с. 303–307]. Так, характерною особливістю хлібопекарної промисловості є її повсюдне розміщення і, відповідно, наявність у кожному місті значної кількості підприємств. Причиною цього є властивості кінцевої продукції (хліба), яка порівняно швидко втрачає свої споживчі якості (черствіння, зацвітання тощо).

У свою чергу, макаронна промисловість концентрується у великих містах, оскільки для виробництва 1 т макаронних виробів потрібно 1,02–1,03 т борошна, а сировина і готова продукція можуть зберігатися тривалий час. Однак при транспортуванні макаронних виробів вантажопідйомність чотирьохвісного критого вагона використовується лише на 32–38 %. Тому розміщення підприємств макаронної промисловості варто орієнтувати на райони споживання.

Дріжджова промисловість представлена ще меншою кількістю підприємств, ніж макаронна. На сьогодні дріжджі виробляються з бурякової меляси з додаванням інших компонентів. Оскільки галузь виробляє продукцію, що не підлягає тривалому зберіганню (пресовані дріжджі), а основними споживачами її є хлібозаводи та населення, розміщення дріжджового виробництва також тяжіє до районів споживання.

* Зміна місця виробництва, тобто припинення виробництва на старому місці задля виробництва на місці новому. Може відбуватися шляхом демонтажу і переміщення обладнання зі старого до нового місця, або шляхом виробництва за допомогою іншого (у т. ч. нового) обладнання на новому місці. Як правило, релокація передбачає зміну країни для виробництва.

На розміщення підприємств, що виробляють цукор-пісок, справляє вплив кількість і якість перероблювальної сировини, а також її властивості. Для виробництва 1 т цукру-піску треба переробити 8–9 т цукрового буряка, витратити 0,75–0,8 т умовного палива, 0,5–0,75 т вапнякового каменя. Таким чином, маса сировини та матеріалів у 9–10 разів перевищує масу готової продукції. Транспортування цукрового буряку на великі відстані приводить до втрат сировини й економічно не оправдане. Особливістю виробництва цукру з буряка є також отримання значної кількості вторинних продуктів — жому (80 % від маси буряка) та меляси (5 %), більша частина яких надходить на близько розташовані підприємства: меляса — на спиртові заводи, жом — у тваринницькі господарства. Усе це зумовлює орієнтацію виробництва цукру з буряка в районах, сприятливих для вирощування цукрового буряка.

Виробництво цукру-рафінаду практично не пов'язане із сировинною зоною, оскільки маса цукру-піску, що використовується для виробництва рафінаду, незначно відрізняється від маси готової продукції. Цукрорафінадні заводи та цехи можуть розташовуватися повсюдно.

Основні види сировини кондитерської промисловості — цукор, патока, борошно — транспортабельні і можуть перевозитися на будь-які відстані, тоді як терміни зберігання більшості кондитерських виробів обмежені. Перевезення сировини для виробництва кондитерських виробів приблизно удвічі дешевше, ніж перевезення на таку ж відстань готової продукції. Це зумовлює розміщення кондитерських підприємств у районах споживання.

Виробництво патоки та сухого крохмалю здійснюється повсюдно. Значна частина готової продукції галузі, служить сировиною для багатьох галузей економіки. Основними видами сировини для крохмале-патокової промисловості служать картопляна та зернова (кукурудза, пшениця, сорго). Особливості перероблювальної сировини та готової продукції домінують при розміщенні підприємств цієї галузі. Картопля є нетранспортабельною сировиною, яка швидко псується. Підприємства, що виробляють сухий крохмаль із картоплі, розміщуються в сировинній зоні, оскільки з 1 т картоплі можна виробити 200–210 кг сухого крохмалю. Особливості зернової сировини (добра транспортабельність і тривалість зберігання) дозволяють розміщати крохмале-патокові заводи, що переробляють зерно, як у районах виробництва зерна, так і в районах споживання готової продукції. Проте характер розміщення підприємств, що переробляють зерно, диктує

не лише особливості перероблювальної сировини, але й отримуваної продукції. Якщо сухий крохмаль, глюкоза, декстрин є сухим порошком, що легко транспортується на будь-яку відстань, то патока і такі побічні продукти, як гідрол, екстракт, кукурудзяна олія, потребують для перевезення спеціальних цистерн. Такі цистерни треба спеціально очищувати, і вони не можуть використовуватися для перевезення інших продуктів. Тому підприємства, що виробляють патоку, мають розташовуватися в районах споживання.

Переробку плодів і овочів здійснюються на дуже багатьох підприємствах. Плодоовочеві консервні заводи та цехи тяжіють до джерел сировини, бо терміни зберігання плодів і овочів становлять декілька днів, а інколи й годин.

На виробництво 1 т рослинної олії витрачається в середньому 2,2–2,4 т насіння соняшника. При переробленні сировини отримують велику кількість цінних, з високим вмістом білка кормів для тваринництва. Це і зумовлює розміщення підприємств олійної промисловості в сировинних зонах.

Маргарин швидко псується. Тривале зберігання його без використання холоду неможливе. Тому маргаринові заводи та цехи розміщуються у районах споживання.

Промисловість харчових концентратів (обідні блюда, сухі продукти для дитячого та дієтичного харчування, вівсяні дієтичні продукти, сухі сніданки, продукти на основі кави, прянощі тощо) розташовується біля джерел сировини. Така орієнтація дозволяє суттєво заощадити на транспортних витратах, оскільки при концентруванні сировина сильно втрачає на вазі та об'ємі.

Пиво-безалкогольна промисловість орієнтується при розміщенні на ринки збуту, оскільки маса готової продукції через великий вміст води та спеціальної тари (пляшки, ящики) в 10–17 разів перевищує масу вихідної сировини. Через незначні строки зберігання продукція є малотранспортабельною. На сьогодні практично в кожному місті є одне чи декілька підприємств, що виробляють фруктові води, квас і пиво.

Для виробництва 1 л спирту-сирцю треба 9,8–10 кг картоплі або 10,5–10,7 кг цукрового буряку або 2,7–3,5 кг зерна. Тому підприємства спиртової промисловості розташовують у районах виробництва сировини, а також поблизу цукрових заводів.

Для виноробної промисловості характерна технологічна спеціалізація, що зумовила просторове розчленування низки виробництв. Розміщення заводів первинного виноробства зумовлено малими

строками зберігання сировини, спеціалізацією виноградарських районів, обсягом закупок винограду. Тому заводи первинного виноробства зосереджені у виноградарських районах. Підприємства з виробництва та витримки коньячного спирту (схрони) розташовуються в районах виробництва виноматеріалів, тобто у сировинній зоні. Це зумовлено тим, що для виробництва 1 дал коньячного спирту потрібно 8–13 дал виноматеріалів. У той самий час приготування коньяку та його фасування в пляшки має здійснюватися в районах споживання, бо готовий коньяк містить лише 40–45 абс. % спирту, а коньячний спирт — 67–70 абс. % спирту, решта вода та спеціальні добавки. При виробництві коньяку в сировинній зоні та відвантаження його в райони споживання у пляшках маса транспортного вантажу зростає у порівнянні з масою сировини більше ніж у 4 рази. Заводи, що виробляють виноградні вина (вторинне виноробство) та шампанське, розташовуються в районах споживання готової продукції, оскільки витрати на перевезення готової продукції разом з тарою (ящиками, пляшками) у 8,5–10,5 разів перевищують витрати на доставку виноматеріалів у цистернах.

Виробництво ефірних олій можливе лише в обмеженому числі південних районів. За ґрунтово-кліматичними умовами лише ці райони придатні для вирощування ефіроолійних культур. При розташуванні виробництва синтетичних запашних речовин враховують високу матеріало- та енергоємність виробництва, а також значні витрати води. На 1 т синтетичних запашних речовин витрачається 2 тис. м куб. води, більше 10 т сировини та матеріалів, як правило, малотранспортабельних.

Тютюнова промисловість, умовно віднесена до галузей харчової промисловості, заготовляє тютюнову сировину та махорку і здійснює ферментацію тютюну, а також випуск тютюнових виробів. Тютюново-ферментаційні фабрики, зайняті обробкою тютюнового листа, розташовуються в сировинних зонах. Виробництво цигарок через незначне використання вантажопідйомності транспорту здійснюється в місцях масового споживання — крупних містах.

Усі підприємства соляної промисловості (солепромисли, заводи з виварювання солі та фасування солі) зосереджені в районах видобутку солі. З солепромислами справа зрозуміла (видобувати чи заготовляти сіль можна лише там, де є її родовище), з виварюванням солі ситуація пояснюється бажанням уникнути непотрібного перевезення води, а з фасуванням — тим, що сіль добре вбирає вологу та запахи.

У харчовій промисловості важко очікувати якихось революційних технологічних чи інших змін, які б зумовили зміни чинників розміщення підприємств галузі. Також варто звернути увагу на ту обставину, що, як і в Польщі, так і в Україні, харчова промисловість виробляє продукцію не лише для задоволення внутрішнього ринку, але й у значних обсягах на експорт. При цьому варто очікувати, що ринки ЄС не будуть основними напрямками експорту продукції харчової промисловості як з України, так і з Польщі, оскільки у всіх країнах ЄС ця галузь економіки є високорозвиненою і конкурентоспроможною. Харчовій промисловості Польщі та України для експорту слід орієнтуватися на ринки країн Азії та Північної Африки. Відповідно, підприємства харчової промисловості, які при розміщенні орієнтуються на джерела сировини, розміщуватимуться в Україні та Польщі і експортуватимуть продукцію на вказані ринки, а підприємства, що орієнтуються при розміщенні на ринки збуту, розміщуватимуться там і отримуватимуть відповідну сировину з Польщі та України.

Наведений аналіз тенденцій розміщення підприємств харчової промисловості свідчить, що просторова орієнтація підприємств галузі зводиться до двох ключових позицій — розміщення біля ринків збуту або біля джерел сировини. Тому в матриці для класифікації видів економічних благ (ВЕБ) з однією домінуючою парою чинників розміщення виробництва (РВ) [2] підприємства харчової промисловості, які орієнтуються на джерела відповідних ресурсів (сировини), відносяться до підгрупи 1.2. «Висока ресурсомісткість» та 1.3. «Використання маломобільного ресурсу», а підприємства, які орієнтуються на споживачів, відносяться до підгрупи 2.1. «Виробництво маломобільних благ» (табл.).

В універсальній матриці для класифікації ВЕБ за чинниками розміщення їх виробництва [3], підприємства харчової промисловості перебуватимуть у секціях, виділених кольором (рис.).

Таким чином, нові підприємства харчової промисловості варто розміщувати близько до джерел сировини або близько до ринку збуту — у залежності від чинників розміщення, характерних для оцінюваної групи ВЕБ. Харчовій промисловості Польщі та України для експорту слід орієнтуватися на ринки країн Азії та Північної Африки. Подальші дослідження у цій сфері є перспективними з погляду оцінки існуючої просторової організації харчової промисловості та можливості її удосконалення.

Таблиця

Підприємства харчової промисловості у матриці для класифікації ВЕБ

Група ВЕБ	Домінуючий чинник РВ		Можливе РВ — то місце з наявністю:
	Сторони «виробництво благ»	Сторони «місце»	
1	1.1. Використання немобільного ресурсу	Наявність джерела немобільного ресурсу	Джерела відповідного ресурсу
	1.2. Висока ресурсомісткість	Наявність джерела ресурсу	
	1.3. Використання маломобільного ресурсу	Наявність джерела маломобільного ресурсу	
2	2.1. Виробництво маломобільних благ	Наявність споживачів	Споживачів
	2.2. Вага (об'єм) вироблюваного блага значно перевищує вагу (об'єм) основного ресурсу	Наявність споживачів	
	2.3. Незначна просторова диференціація витрат на виробництво блага	Наявність споживачів	
	2.4. Потреба ментальної спорідненості працівників зі споживачами	Наявність споживачів	
	2.5. Потреба безпосереднього контакту працівників зі споживачами	Наявність споживачів	
	2.6. Немобільність вироблюваного блага	Наявність споживачів	
3	Висока транспортабельність вироблюваного блага	Низькі витрати виробництва блага	Низьких витрат виробництва
4	Небезпека для населення	Віддаленість від міст	Віддаленості від міст

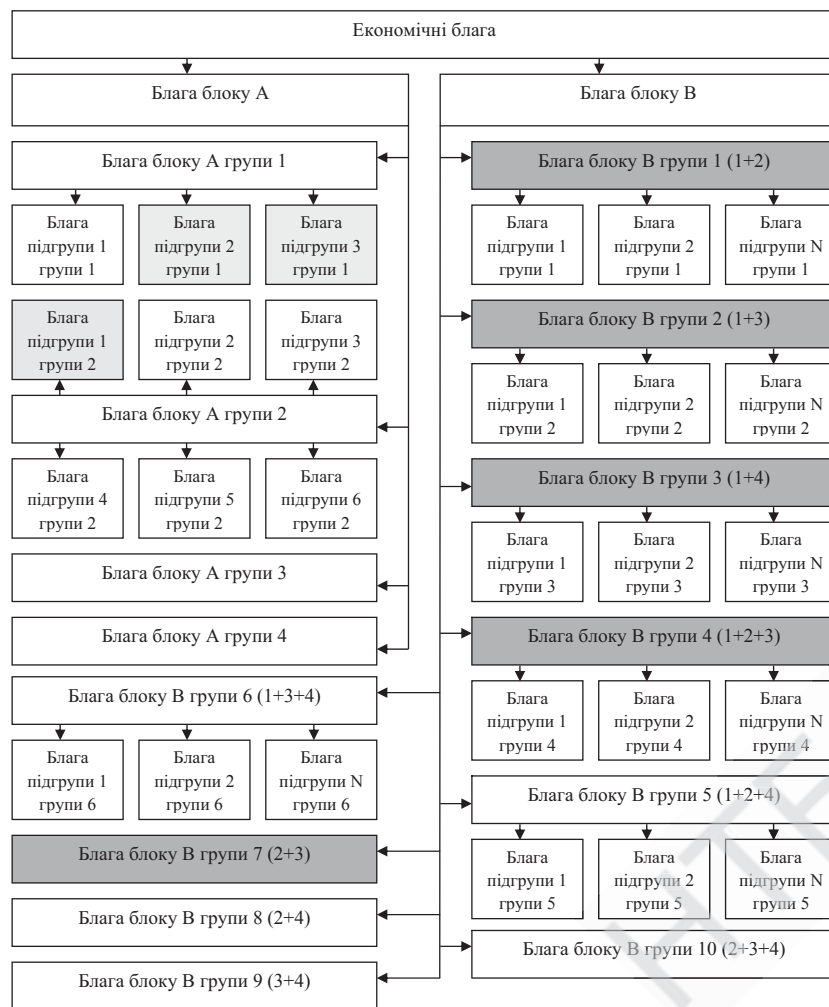


Рис. Підприємства харчової промисловості в універсальній матриці для класифікації ВЕБ за чинниками розміщення їх виробництва

Література

1. Стадницький Ю. І. Просторова організація соціально-економічних систем: Словник-довідник / Ю. І. Стадницький, І. М. Комарницький. — Львів: Апріорі, 2010. — 464 с.
2. Стадницький Ю. І. Класифікація економічних благ за чинниками місця виробництва / Ю. І. Стадницький, Ю. Ю. Стадницька // Регіональна економіка. — 2012. — № 2 (64). — С. 168–176.
3. Stadnicki Yu. Locus nascendi factors for the economics goods allocation / Yu. Stadnicki, V. Voytsekhovska, A. Simak, Y. Stadnicka // ECONTECHMOND. — 2013. — Vol. 2. (№ 1). — P. 49–55.

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 60х84/16. 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.