

ПРІОРИТЕТИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

PRIORITIES OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES STRATEGIC DEVELOPMENT

Олександр ТУР,
аспірант,
Національний університет
харчових технологій, Київ



Oleksandr TUR,
Postgraduate student,
National University
of Food Technologies, Kyiv

Переробка сільськогосподарської сировини в період макроекономічної стабілізації стала одним з основних каталізаторів соціально-економічного розвитку переважної більшості регіонів України, особливо тих, де сконцентрована лівова частка чорноземів.

Прикметною рисою розвитку підприємств харчової промисловості стало домінування в структурі виробництва певних видів продовольства, які були зорієнтовані на зовнішні ринки. Тобто стратегічний розвиток підприємств харчової промисловості був прив'язаний до кон'юнктури на світових ринках продовольства, зокрема ринків Російської Федерації та азійських країн. Проте геополітичне переформатування, зокрема загострення економічних відносин із Російською Федерацією, вимагає перегляду пріоритетів стратегічного розвитку підприємств харчової промисловості, оскільки необхідно в найкоротші терміни компенсувати збитки внаслідок втрати традиційних для себе ринків.

Пріоритети стратегічного розвитку підприємств харчової промисловості в 90-х роках минулого століття та в період ринкової економіки є доволі контрастними, що пов'язано з фазами економічного циклу та із загальною макроекономічною ситуацією в країні. Також характерною рисою вітчизняного ринку продовольства є експансія іноземних виробників, які відзначаються вищим рівнем конкурентоспроможності і відповідно мають перевагу над окремими категоріями українських виробників харчових продуктів, або ж певні ніші українськими суб'єктами підприємницької діяльності не заповнюються через перегини між сировинною та переробною сферами АПК.

Теоретико-методологічним засадам та прикладним аспектам стратегічного розвитку підприємств харчової промисловості приділяється значна увага у працях вітчизняних вчених [1-4] у зв'язку з тим, що харчова промисловість є структуроформуючим елементом господарських комплексів значної кількості регіонів України і від динаміки його розвитку залежить становище переважної більшості населення та результативність відтворення регіонального продукту.

Метою статті є обґрунтування пріоритетів стратегічного розвитку підприємств харчової промисловості в умовах переформатування зовнішньоекономічних орієнтирів українських товаровиробників.

Полтавська область є одним із локомотивів розвитку агропромислового виробництва та харчової промисловості в загальнонаціональному

масштабі. Переробка сільськогосподарської сировини є базовою ланкою господарського комплексу даного регіону. Завдяки сприятливим виробничо-технічним, трудовим та природно-ресурсним передумовам у період макроекономічної стабілізації харчова промисловість Полтавської області стала сегментом господарства регіону з найвищим рівнем конкурентоспроможності та ринкової стійкості. Але вплив світової фінансової кризи 2008 року негативним чином вплинув на розвиток підприємств, які спеціалізувалися на переробці сільськогосподарської сировини. Значний деструктивний вплив чинив і початок торгових воєн із Російською Федерацією, що призвело до втрати традиційних ринків продукції продовольства з високою часткою доданої вартості.

Ілюстрацією ускладнення ситуації в секторі підприємств харчової промисловості Полтавщини є динаміка виробництва окремих видів харчових продуктів за період з 1990 по 2014 роки (рис. 1).

Для забезпечення відповідного рівня репрезентативності проаналізуємо динаміку виробництва жирних сирів, борошна та білого кристалічного цукру. У динаміці виробництва білого кристалічного цукру за аналізований період виділяється три фази: перша – інтенсивний спад за період з 1990 по 2000 рік, зумовлений загальною стагнацією національного господарства та інституціональною невідповідністю ринкових перетворень ре-

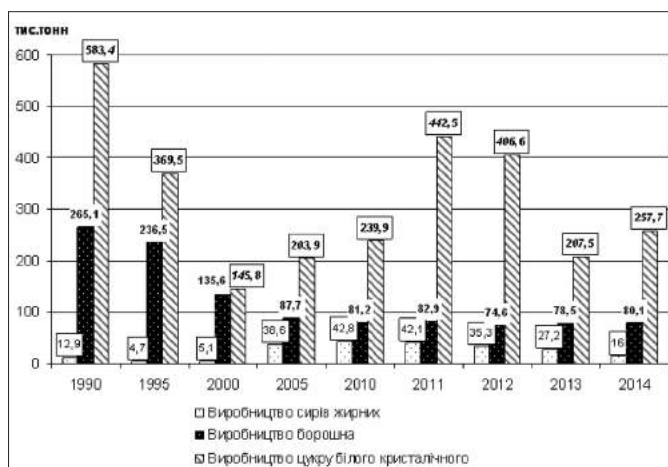
альному стану економіки; друга – стабілізація та поступове зростання обсягів виробництва у період з 2000 по 2011 рік, що стало наслідком макроекономічної стабілізації й відновлення традиційного потенціалу харчової промисловості у зв'язку із сприятливими природно-ресурсними передумовами та дешевою робочою силою; третя – фаза спаду (2011-2014), яка пов'язана із втратою традиційних зовнішніх ринків збуту і експансією іноземних виробників цукру внаслідок відсутності необхідних протекційно-ністських заходів, особливо щодо ввезення цукру-сирцю.

У динаміці виробництва борошна за період з 1990 по 2014 рік спостерігається в цілому низхідний тренд, особливо інтенсивно виробництво борошна скорочувалося в період з 1990 по 2000 рік у зв'язку з кризовими явищами, пов'язаними з трансформацією командно-адміністративної економіки в ринкову. Обсяги виробництва борошна у 2014 році так і не досягли відповідних показників не тільки 1990,

У статті розкриваються теоретико-методологічні підходи до стратегічного розвитку підприємств харчової промисловості в умовах масової втрати українськими товаровиробниками традиційних для себе зовнішніх ринків. Пропонується авторський підхід до формування пріоритетів стратегічного розвитку підприємств харчової промисловості крізь призму входження в інтегровані підприємницькі об'єднання з метою збереження виробничо-технічного та трудового потенціалу суб'єкта господарювання. На основі аналізу зрушень у динаміці виробництва харчових продуктів та напоїв у Полтавській області виявлено значні перспективи активізації процесів злиття та поглинання як необхідної передумови адаптації до нового формату поведінки на зовнішніх ринках харчових продуктів.

In the article the theoretical and methodological approaches to strategic development of food industry enterprises in the context of Ukrainian manufacturers losing usual foreign markets have been revealed. The author's approach to forming priorities of strategic development of food industry enterprises by entering into integrated entrepreneurial associations in order to save production and technical and labour potential of a business entity. Based on the analysis of changes of the dynamics of food and beverages production in Poltava region, the considerable prospects of activation of the processes of mergers and acquisitions as an imperative precondition to adapting for a new format of behaviour at foreign food markets have been revealed.

Рис. 1. Виробництво окремих видів харчових продуктів у Полтавській області (розраховано за даними Головного управління статистики у Полтавській області)



а й 2000 року, що стало наслідком структурних деформацій, пов'язаних зі скороченням обсягів кормовиробництва та окремих видів продовольчих товарів внаслідок суттєвого скорочення державного сектора національного господарства.

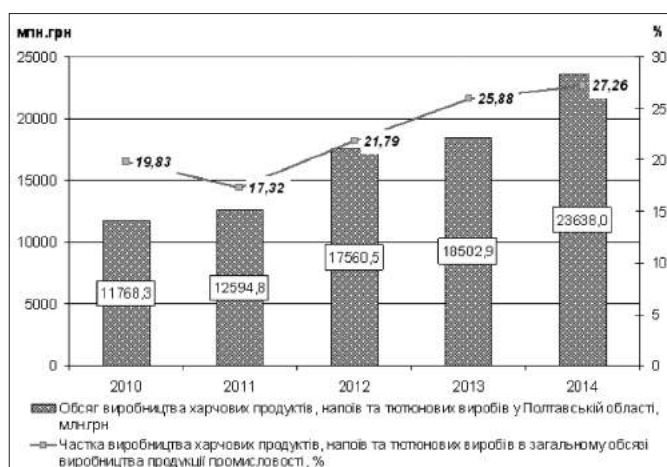
З тенденціями виробництва білого кристалічного цукру та борошна різко контрастує тенденція виробництва жирних сирів. Зокрема у 2000 році незважаючи на глибокі стагнаційні процеси в національній економіці виробництво цього виду продукції скоротилося лише у 2 рази (для порівняння виробництво білого кристалічного цукру скоротилося в 3 рази). Найбільш інтенсивне зростання обсягів виробництва жирних сирів спостерігалось в період з 2000 по 2005 рік, коли ця продукція стала однією із найбільш затребуваних на зовнішніх ринках, особливо на ринку Російської Федерації.

Незначні коливання обсягу виробництва жирних сирів спостерігалися з 2005 аж до 2012 років – до початку торгових воєн з Російською Федерацією, які в підсумку призвели до того, що у 2014 році обсяг виробництва жирних сирів склав 16 тис. т., що більш ніж у 2 рази менше від відповідного показника 2005 року. Виходячи з тенденцій у виробництві білого кристалічного цукру, борошна та жирних сирів у Полтавській області за період з 1990 по 2014 рік, можна стверджувати, що виробництво харчових продуктів регіону було надзвичайно чутливим до коливань кон'юнктури на зовнішніх ринках продовольства та інтенсивності кризових явищ у національному господарстві.

За період з 2010 по 2014 роки в динаміці виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів у Полтавській області в цілому спостерігається висхідна тенденція. Якщо у 2010 виробництво цих видів продукції становило 11,7 млрд грн, у 2012 році – 17,5 млрд грн, то у 2014 – 23,6 млрд грн (рис. 2). Також мала місце позитивна динаміка й частки виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів у загальному обсязі виробництва продукції промисловості.

Наприклад, у 2010 році цей показник становив 19,8%, у 2012 – 21,8%, а у 2014 – 27,3%. Значне зростання обсягів виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів у Полтавській області у 2014 порівняно з 2010 пов'язується з процесами девальвації гривні, що зумовило зростання номінальної величини обсягів виробництва. У реальному вираженні (коли враховується індекс цін виробників) значного зростання обсягів виробництва не спостерігається. Зростання питомої ваги виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів у загальному обсязі виробництва продукції промисловості пов'язується з тим, що інші промислові сектори господарського комплексу Полтавської області в період з 2010 по 2014 рік

Рис. 2. Виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів у Полтавській області (розраховано за даними Головного управління статистики у Полтавській області)



і надалі потерпали від наслідків світової фінансової кризи і так і не вийшли з фази стагнації.

Інституціональними та фінансовими передумовами відновлення потенціалу підприємств харчової промисловості у Полтавській області стало формування інтегрованих підприємницьких об'єднань холдингового типу, які сконцентрували весь технологічний ланцюг виробництва продукції продовольства, що надало їм переваги над суб'єктами господарювання, які змушені були працювати на покупній сировині за ринковими цінами. Такі інтегровані формування мають значний запас міцності у зв'язку з високою концентрацією інвестиційного потенціалу та наявністю значних потужностей, що дозволяє їм отримувати переваги над окремими конкурентами за рахунок дії ефекту масштабу.

Незважаючи на значні переваги підприємств харчової промисловості, які входять в інтегровані підприємницькі об'єднання холдингового типу, за період з 2011 по 2014 рік щодо переважної більшості харчових продуктів та напоїв у Полтавській області мала місце низхідна тенденція (див. табл.). Причиною такої ситуації стала протекціоністська позиція Російської Федерації, проявом чого були торговельні війни, що призвело до втрати традиційних ринків і при цьому не відбулося швидкої переорієнтації на ринки інших країн. Останнє пов'язано з тим, що Україна до цих пір так і не забезпечила гармонізацію численних регламентів та стандартів виробництва харчових продуктів, а тому ряд ринків Європейсько-го Союзу для українських товаровиробників є недоступними.

У 2014 році порівняно з 2011 виробництво свіжого та охолодженого м'яса великої рогатої худоби зменшилося більш ніж на 30%. Така негативна динаміка значною мірою пов'язана з подальшою стагнацією галузі тваринництва, особливо в частині вирощування великої рогатої худоби, що призводило до підвищення рівня цін на сировину (м'ясо в забійній та живій вазі) і тим самим підживило конкурентні позиції виробників м'яса великої рогатої худоби. Нарощення виробництва обсягів свіжого та охолодженого м'яса великої рогатої худоби стане можливим за умови збільшення поголів'я великої рогатої худоби не лише в селянських домогосподарствах, а й у сільськогосподарських підприємств, в тому числі й тих, які входять в інтегровані підприємницькі об'єднання холдингового типу.

Натомість зворотна тенденція спостерігається в динаміці виробництва свіжого та охолодженого м'яса свиней. Так, у 2014 році порівняно з 2011 обсяг виробництва даного виду продукції у Полтавській області збільшився на 83%. Основним детермінуючим таку динаміку чинником стало збільшення поголів'я свиней у спеціалізованих сільськогосподарських підприємствах, які, як правило, входять в інтегровані підприємницькі об'єднання.

Таблиця. Виробництво харчових продуктів та напоїв у Полтавській області за 2011-2014 роки*

Види продукції	2011	2013	2014	2014-2011	2014/2011, %
М'ясо великої рогатої худоби свіже чи охолоджене, тис.т	5,6	5,3	3,9	-1,7	-30,36
М'ясо свиней свіже чи охолоджене, тис.т	25,8	39,4	47,2	21,4	82,95
М'ясо свійської птиці свіже чи охолоджене, тис.т	0,8	0,4	0	-0,8	-100,00
Вироби ковбасні, тис.т	36,8	38,7	41,2	4,4	11,96
Соки фруктові та овочеві, тис.т	0,1	0,2	**	-	-
Овочі консервовані натуральні, тис.т	1,8	0,6	0,6	-1,2	-66,67
Джеми, желе фруктові, пюре та пасти фруктові чи горіхові, тис.т	0,1	0,1	0,5	0,4	400,00
Олія соняшникова нерафінована та її фракції (крім хімічно модифікованих), тис.т	208,5	177	232,6	24,1	11,56
Маргарин і жири харчові подібні, тис.т	5,5	2,2	3,4	-2,1	-38,18
Молоко рідке оброблене (пастеризоване, стерилізоване, гомогенізоване, топлоне, пептизоване), тис.т	36,3	41,5	39,6	3,3	9,09
Молоко та вершки, жирністю більше 6%, неконцентровані та непідсолоджені, тис.т	0,1	8,2	16,7	16,6	16600,00
Масло вершкове, тис.т	7,3	14,5	21	13,7	187,67
Сир свіжий неферментований (недозрілий і невитриманий; включаючи сир із молочної сироватки та кисломолочний сир), тис.т	2,5	3,5	5,9	3,4	136,00
Сири жирні, тис.т	42,1	27,2	16	-26,1	-62,00
Йогурт та інші ферментовані чи сквашені молоко та вершки, тис.т	35	41,7	40,8	5,8	16,57
Борошно, тис.т	82,9	78,5	80,1	-2,8	-3,38
Крупи, тис.т	3,4	4,2	7,4	4	117,65
Хліб та вироби хлібобулочні, нетривалого зберігання, тис.т	54,7	41,7	37,7	-17	-31,08
Печиво солодке і вафлі, тис.т	29,4	25,3	26	-3,4	-11,56
Вироби макаронні, локшина та вироби борошняні подібні, тис.т	0,4	0,5	0,7	0,3	75,00
Цукор білий кристалічний, тис.т	442,5	207,5	257,7	-184,8	-41,76
Шоколад та готові харчові продукти, що містять какао (крім какао-порошку підсолодженого), у пакуваннях масою менше 2 кг, тис.т	17	14	15,3	-1,7	-10,00
Вироби кондитерські цукрові (у тому числі шоколад білий), що не містять какао, тис.т	51,3	49,5	53	1,7	3,31
Спреди та суміші жирові, що містять масову частку загального жиру від 50% до 85%, у тому числі молочного жиру в жировій фазі не менше ніж 25%, тис.т	10,7	14	13,5	2,8	26,17
Води натуральні мінеральні газовані, млн.дал	13,1	13	12,4	-0,7	-5,34
Напої безалкогольні, млн.дал	0,3	0,4	2,9	2,6	866,67

* за даними Головного управління статистики у Полтавській області;

** Інформація конфіденційна відповідно до Закону України «Про державну статистику».

Позитивним моментом розвитку харчової промисловості в Полтавській області є збільшення на 11% виробництва ковбасних виробів у 2014 році порівняно з 2011, що пов'язано також із збільшенням пропозиції свинини.

Прикметною рисою розвитку підприємств харчової промисловості Полтавщини є виробництво нерафінованої соняшникової олії та її фракцій, оскільки олійні культури займають значну питому вагу в структурі посівних площ. Крім того, Україна є одним із найбільших експортерів олії, що спрощує процес закріплення українських виробників даного виду продукції на ринках інших країн. Так, у 2014 році порівняно з 2011 обсяг виробництва нерафінованої соняшникової олії та її фракцій збільшився на 24,1 тис. т (11,56%).

Втрата ринків Російської Федерації для ряду молокопереробних підприємств змусила останніх переглянути виробничу програму, збільшивши виробництво продукції тих номенклатурних позицій, які більшою мірою зорієнтовані на регіональний та місцевий ринок. Наслідком цього стало зростання виробництва молока та вершків, масла вершкового, а також свіжого неферментованого сиру. Наприклад, у 2014 році порівняно з 2011 виробництво молока та вершків жирністю більше 6%, неконцентрованих та непідсолоджених збільшилося на 16,6 тис. т, масла вершкового – на 13,7 тис. т, сиру свіжого неферментованого – на 3,4 тис. т. Також у 2014 році порівняно з 2011 відбулося збільшення обсягів виробництва напоїв безалкогольних (2,6 млн. дал), спредів

та сумішів жирових, які містять масову частку загального жиру від 50 до 85% (на 2,8 тис. т), цукрових кондитерських виробів, що не містять какао (на 1,7 тис. т), круп (на 4 тис. т).

Надзвичайно негативним моментом розвитку продовольчого сегменту агропромислового комплексу Полтавської області стало різке зменшення у 2013 році порівняно з 2011 виробництва білого кристалічного цукру. Незважаючи на те, що у 2014 році виробництво цього виду продукції дещо збільшилося у порівнянні з 2011 спад становить 41,7%. Також у 2014 році порівняно з 2011 зменшилися обсяги виробництва натуральних мінеральних газованих вод (5,3%), шоколаду та готових харчових продуктів, що містять какао (10%), печива солодкого та вафель (11,56%). Занепокоєння викликає зменшення у 2014 році порівняно з 2011 обсягів виробництва борошна (на 3,38%), а також хліба та хлібобулочних виробів нетривалого зберігання (31%).

У нинішніх умовах, коли підприємства харчової промисловості, особливо ті, що працювали на експорт, але внаслідок переформатування геополітичної карти втратили традиційні для себе ринки, пріоритети стратегічного розвитку мають бути переглянуті в контексті нарощення пропозиції харчових продуктів на вітчизняному ринку і закріплення на нових зовнішніх ринках.

Важливою передумовою програмування стратегічного розвитку підприємств харчової промисловості переважної більшості адміністративно-територіальних одиниць, де харчова промисловість є системоутворюючою ланкою господарського комплексу,

є оцінка зовнішнього, внутрішнього та безпосереднього середовища функціонування підприємств харчової промисловості з огляду на необхідність наявності платоспроможного попиту як на зарубіжних, так і вітчизняних ринках.

При оцінці зовнішнього середовища необхідно враховувати динаміку попиту на харчові продукти у зв'язку зі збільшенням населення в окремих країнах та переформатуванням географічної карти світу, яке не завжди корелює з принципами економічної доцільності та принципами маржиналізму. Менеджмент підприємств харчової промисловості має перманентно вивчати основні структурні зрушення на цільовому для себе ринку, періодично проводити його сегментацію, щоб вчасно заповнити ніші, які вивільняються у зв'язку з об'єктивними та кон'юнктурними факторами функціонування світового ринку харчових продуктів.

Аналіз безпосереднього середовища має включати комплекс аналітичних та експертних процедур щодо діагностики конкурентного середовища на національному та регіональному ринку, щоб програмувати власну виробничу діяльність та визначати номенклатуру готової продукції. Враховуючи доступність та відносно дешевизну сільськогосподарської сировини, у більшості регіонів України вже сформувався доволі стабільний сегмент виробників харчових продуктів з домінуванням великих товаровиробників, а також підприємств, які входять в інтегровані підприємницькі об'єднання.

Важливе значення для вибору траєкторії стратегічного розвитку підприємства, яке спеціалізується на виробництві харчових продуктів, є аналіз основних техніко-економічних та фінансово-економічних показників, які визначають ринкову стійкість підприємства та стан інвестиційної, комерційної та інноваційної діяльності підприємства.

Враховуючи загострення конкурентної боротьби на окремих сегментах вітчизняного ринку продовольства, менеджмент підприємств харчової промисловості має постійно проводити оцінку стратегічних перспектив на основі різноманітних сценаріїв. Мова йде про можливість входження в інтегровані підприємницькі об'єднання з метою збереження критично необхідної присутності на цільовому ринку і простого відтворення наявного ресурсно-виробничого потенціалу в разі погіршення рівня фінансової стійкості підприємства. Має розглядатись перспектива входження в підприємницькі об'єднання з різним рівнем централізації функцій управління та контролю за фінансовими потоками.

Тобто входження в концерн або в холдингову структуру де-факто позбавляє підприємство автономності у виборі пріоритетів діяльності, натомість входження в стратегічне партнерство призводить до об'єднання лише окремих сторін виробничо-господарської діяльності (інноваційна діяльність та маркетинг) при збереженні самостійності суб'єкта господарювання. Доцільність розгляду варіантів входження підприємств харчової промисловості в інтегровані підприємницькі об'єднання пов'язуються із закріпленням тенденцій посилення позицій на цільовому ринку великих товаровиробників, які отримують значні конкурентні переваги над суб'єктами малого та середнього підприємництва за рахунок вищої концентрації фінансових ресурсів та ефекту масштабу.

Більше того, входження в інтегровані підприємницькі об'єднання підвищує ймовірність виходу (повернення) конкретного підприємства харчової промисловості на зовнішні ринки у зв'язку з тим, що централізація маркетингових та іміджевих заходів сприяє більш ефективному просуванню окремих брендів на конкурентний світовий ринок продовольства. Тобто одним із пріоритетів стратегічного розвитку підприємств харчової промисловості у короткостроковій перспективі можна вважати входження в підприємницькі об'єднання, в рамках яких підвищуються ресурсні можливості інноваційного оновлення й підвищення тим самим конкурентоспроможності продукції.

З огляду на викладені міркування для підприємств харчової промисловості Полтавської області можливість злиттів і поглинань має розглядатися як один із пріоритетів стратегічного розвитку, а також виживання в умовах втрати ємнісного російського ринку й повільного виходу на ринки Європейського Союзу у зв'язку з неможливістю швидкими темпами гармонізувати технологічні регламенти та стандарти, які висувають авторитетною європейською спільнотою. Також багато складнощів пов'язано з освоєнням нових ринків, оскільки це потребує значних трансакційних витрат з метою закріплення на нових ринках та встановлення взаємозв'язків із контрагентами з інших країн. Для підприємств харчової промисловості Полтавської області процеси злиттів і поглинань відбуватимуться менш болючо у зв'язку з усталеністю позицій інтегрованих підприємницьких об'єднань холдингового типу у різних фазах агропродуктового ланцюга та щодо окремих номенклатурних позицій харчових продуктів.

ВИСНОВКИ

Загострення конкурентної боротьби на вітчизняних ринках харчових продуктів та втрата традиційних ніш на зовнішніх ринках вимагають формування сучасної моделі стратегічного розвитку підприємств харчової промисловості, щоб упередити прецеденти масового банкрутства та не допустити експансії іноземних виробників на вітчизняний ринок. Варто сформувати методологічний інструментарій оцінки зовнішнього, безпосереднього та внутрішнього середовища функціонування підприємств харчової промисловості, щоб мінімізувати негативний вплив екзогенних чинників та попередити деструктивну дію ендогенних факторів.

У сучасних умовах, коли низька результативність застосування антимонопольних регуляторів призвела до монополізації цільових ринків великими товаровиробниками, входження підприємств харчової промисловості в інтегровані підприємницькі об'єднання є надійним способом упередження банкрутства та втрати значної частини ресурсно-виробничого потенціалу. Для підприємств харчової промисловості Полтавської області входження в інтегровані підприємницькі структури холдингового типу кореспондується із загальними тенденціями укрупнення товаровиробників харчових продуктів і не несе загрози щодо виникнення глибоких деформацій в агропромисловому комплексі регіону в цілому.

ЛІТЕРАТУРА

1. Иртышева І.О. Стратегічні орієнтири розвитку харчової промисловості України в умовах глобалізації / І.О. Иртышева, О.Є.Гросницька // *Агросвіт*. – 2012. – № 12. – С. 32–34.
2. Крисанов Д. Антикризове управління в АПК в умовах глобалізації / Д. Крисанов, О. Тур // *Економіст*. – 2013. – № 7. – С. 30–35.
3. Крисанов Д. Ф. Стратегія нарощування інноваційного потенціалу підприємствами харчової промисловості / Д. Ф. Крисанов, Л. Д. Водянка // *Економіка і прогнозування*. – 2015. – № 1. – С. 89–104.
4. Мостенська Т. Л. Проблеми та перспективи розвитку ринку продовольчих товарів України / Т. Л. Мостенська // *Наук. пр. Нац. ун-ту харч. технологій*. – 2006. – № 19, Ч. 2. – С. 114–117.
5. Мостенська Т. Л. Ринок продовольчих товарів України: перспективи розвитку / Т. Л. Мостенська // *Наук. пр. Нац. ун-ту харч. технологій*. – 2008. – № 26. – С. 86–89.

REFERENCES

1. Irtyshcheva I.O., Hrosnyts'ka O.Ye. *Stratehichni oriyentyry rozvytku kharchovoyi promyslovosti Ukrainy v umovakh hlobalizatsiyi* [The strategic guidelines of the food industry of Ukraine under the globalization]. *Ahrosvit*, 2012, no. 12, pp. 32–34 [in Ukrainian].
2. Krysanov D., Tur O. *Antykrizove upravlinnya v APK v umovakh hlobalizatsiyi* [Anti-crisis management in agriculture under the globalization]. *Ekonomist*, 2013, no. 7, pp. 30–35 [in Ukrainian].
3. Krysanov D.F., Vodyanka L.D. *Stratehiyi naroshchuvannya innovatsiynoho potentsialu pidpryyemstvamy kharchovoyi promyslovosti* [Strategies for increasing the innovative capacity of enterprises of food industry]. *Ekonomika i prohnozuvannya*, 2015, no. 1, pp. 89–104 [in Ukrainian].
4. Mostens'ka T.L. *Problemy ta perspektyvy rozvytku rynku prodovol' chyhk tovariv Ukrainy* [Problems and prospects of the food market of Ukraine]. *Nauk. pr. Nats. un-tu kharch. tekhnolohiy*, 2006, no. 19, ch. 2, pp. 114–117 [in Ukrainian].
5. Mostens'ka T.L. *Rynok prodovol' chyhk tovariv Ukrainy: perspektyvy rozvytku* [Ukraine food market: prospects for development]. *Nauk. pr. Nats. un-tu kharch. tekhnolohiy*, 2008, no. 26, pp. 86–89 [in Ukrainian].