

Инновационное развитие пищевых предприятий Украины с учетом параметров устойчивости

Чухраева Наталья Николаевна

Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана, старший преподаватель кафедры экономики предприятий, кандидат экономических наук, Украина

Аннотация. В работе рассмотрены приоритетные направления, обеспечивающие эффективное развитие пищевых предприятий на основе инноваций. Определены стратегические ориентиры и основные параметры, определяющие уровень устойчивости и эффективности с учетом тенденций и перспектив соответствующих рыночных сегментов.

Ключевые слова: инновации, устойчивость, эффективное развитие, сертификация производственного процесса, производственная устойчивость, рыночная устойчивость, финансовая устойчивость.

Введение

Пищевая промышленность Украины является стратегической отраслью экономики, обеспечивающей здоровье нации и продовольственную безопасность государства. Уровень удовлетворения потребностей населения в качественных и доступных продуктах питания является одной из важнейших характеристик уровня жизни. Повышение качества, расширение ассортимента, увеличение сроков хранения и экологическая безопасность продуктов питания в значительной степени определяют здоровье нации, продолжительность жизни и активность населения.

В рамках парадигмы устойчивого инновационного развития особую актуальность приобретает повышение не только экономической и социальной, но и экологической эффективности предприятий пищевой промышленности [1]. Решение этой задачи возможно только при условии повышения инновационной активности пищевых предприятий, обеспечивающих производство новых видов продукции, при освоении новейших форм ее хранения, а также способов продвижения готовых продуктов в группы населения с разным уровнем доходов.

Целью статьи является определение основных параметров устойчивости и направлений обеспечения инновационного развития исследуемой выборки пищевых предприятий Украины с учетом существующего уровня обеспечения их хозяйственной деятельности и тенденции и возможности внешней рыночной среды хозяйствования.

Результаты исследования

Деятельность пищевых предприятий Украины имеет ряд особенностей, которые существенно влияют на их развитие. К ним относят [2]:

- высокие санитарно-гигиенические и экологические требования к продуктам питания и технологии их производства;
- ограниченный срок хранения и доставки ряда видов готовой продукции;
- постоянное повышение требований безопасности для здоровья потребителей, ограничивающий использование отдельных видов сырья;
- индивидуализация спроса на локальных рынках и в отдельных группах потребителей и др. [3]

Специфика развития пищевых предприятий связана также с особенностями рынка продуктов питания. С одной стороны, спрос на продукцию стабилен, что обеспечивает инвестиционную привлекательность всех цепочек создания стоимости. С другой – на многие виды продуктов питания (деликатесы, экологически чистые продукты) он тесно связан с уровнем платежеспособности населения и существенно колеблется на локальных рынках. Спрос напрямую связан с ментальностью населения различных регионов (привычка к потреблению различных сортов мясных продуктов, молока, хлеба и т.д.). Это требует постоянной работы по совершенствованию ассортимента продукции, способов ее фасовки и доставки до потребителя.

Учитывая существующий уровень обеспечения хозяйственной деятельности выборки исследуемых пищевых предприятий Украины, тенденции и возможности внешней рыночной среды их хозяйствования определим основные параметры обеспечения их инновационного развития (табл. 1).

Акционерное общество «АВК» по состоянию на начало 2015 г. характеризуется высоким технологическим потенциалом: все процессы производства сертифицированы в соответствии с международными стандартами безопасности и качества, а техническая база обновлена самым современным оборудованием европейских производителей [10, 11]. Предприятие входит в четверку лидеров национального рынка, а свою продукцию экспортирует в 20 стран мира. Анализ рыночных тенденций развития национального рынка сладостей свидетельствует о том, что рынок является высоко насыщенным, предпосылок его роста эксперты не видят. Кроме того, производство сокращается в связи с экспортными ограничениями, которые введены на кондитерскую продукцию в России, Беларуси, Казахстане [12].

В таких условиях основой эффективного развития являются инновации и, прежде всего, продуктовые. Уникальность технологической рецептуры изделий является основой качества для потребителей, однако такая особенность является присущей всем основным игрокам рынка сладостей. Весьма не заполненным сегментом на рынке продукции являются функциональные продукты. АО «АВК» имеет опыт разработки и успешной реализации на рынке продукции здорового питания, однако доля такой продукции в общем объеме реализации низкая (1,23 % в 2013, 2,26 % в 2014). Всегда рентабельной и успешной была продукция предприятия, относящаяся к премиум сегменту, а коэффициент обновления ассортимента в данном сегменте меньше по сравнению с ROSHEN и Конти [13].

Таблица 1 – Параметры и направления обеспечения инновационного развития крупнейших пищевых предприятий Украины на начало 2015 г., разработано автором по [4-6]

АВК	Геркулес	САН ИнБев Украина	Чумак
Производственная устойчивость			
Характеристика			
<p>Все процессы производства сертифицированы в соответствии с международными стандартами безопасности и качества. (ISO 22000, ISO 9001). Техническая база полностью обновлена в течение 2013-2014 гг. современным высоко технологичным оборудованием. Имеются все ресурсные возможности по разработке и реализации самых нестандартных технологических решений.</p>	<p>Производственный процесс оснащен современным оборудованием и сертифицирован в соответствии с международными стандартами безопасности и качества ISO 9001: 2000 и ISO 22000: 2005. Сравнительно невысокий коэффициент обновления продуктового ассортимента полуфабрикатов и молочных изделий.</p>	<p>Высокий уровень технической базы. Внедрена уникальная для Украины система управления качеством LIMS, которая в отличие от многих существующих систем управления качеством заключается в пошаговой прослеживаемости технологического процесса производства пива, с возможностью управления качеством на любой технологической области. Продукция соответствует международным стандартам безопасности и качества пищевых продуктов. По сравнению с конкурентами имеет широкую ассортиментную линейку.</p>	<p>Высокий уровень износа технических средств. Производственные процессы не сертифицированы по международным стандартам безопасности. Не вся продукция сертифицирована по международным стандартам качества и безопасности. Последние три года отсутствуют технологические инновации, обновление продуктового ассортимента происходит гораздо медленнее, чем у основных конкурентов.</p>
Направления обеспечения:			
<p>Разработка оригинальных технологических рецептур в премиум сегменте. Разработка функциональных продуктов (конфеты, печенье и вафли на натуральных сахарозаменителях и др.).</p>	<p>Расширение линейки функциональных продуктов в направлении молочных изделий. Разработка рецептур мороженого со свойствами функциональных продуктов. Производство и продвижение премиальных видов продукции среди молочных изделий и полуфабрикатов.</p>	<p>Поддержка существующего уровня производственной устойчивости.</p>	<p>Обновление технической базы в соответствии с требованиями международных стандартов безопасности и качества. Разработка уникальных рецептур и выход в премиум сегменты в группе продукции «Макаронные изделия». Разработка рецептур в сфере функциональных продуктов по разным направлениям деятельности.</p>

Продолжение табл. 1

АВК	Геркулес	САН ИнБев Украина	Чумак
Рыночная устойчивость			
Характеристика			
Рынок имеет высокую степень насыщенности. Отсутствуют предпосылки роста рынка сладостей. Введены ограничения на экспорт продукции в Россию, Беларусь, Казахстан. Отсутствуют положительные тенденции роста объемов реализации через сетевую торговлю.	Рынок мороженого и полуфабрикатов имеет тенденцию к росту, особенно в среднем и высоком ценовом сегменте. На рынке полуфабрикатов и мороженого почти отсутствует предложение функциональных продуктов. Растет спрос на продукцию премиум класса среди молочных продуктов и мороженого.	Рынок пива имеет тенденцию к снижению. В 2015 ожидается снижение объемов производства до 10%. Особенно негативными тенденции станут ощутимыми в среднем и низком ценовых сегментах. Менее чувствительным к негативной динамике изменений является сегмент продукции премиум класса.	Рынок макаронных изделий, соусов и майонезов имеет тенденцию к росту. На данных товарных рынках слабо представлены отечественные производители в премиум сегментах.
Направления обеспечения:			
Организация торговли в крупных городах через фирменные магазины, киоски, палатки, МАФы до 20% общих объемов реализованной продукции. Расширение географической структуры экспорта. Производство и реализация эксклюзивных видов продукции для точек фирменной торговли (до 2% объемов реализации).	Расширение продуктовой линейки премиальных видов продукции (до 15% объемов реализации). Производство и продвижение функциональных продуктов (до 10% объемов реализации). Агрессивная и креативная рекламная политика. Дифференцированный подход к развитию торговых марок.	Акцент в развитии продуктового ассортимента целесообразно делать на премиум сегмент, который оказался менее чувствительным к негативным факторам воздействия. Увеличение реализации премиальных видов продукции на 25%	Расширение ассортимента макаронных изделий и соусов торговой марки «Чумак». Доведение доли новых видов продукции в общем объеме реализации до 20%. Развитие дистрибуции и фирменной торговли. Открытие 4 точек фирменной торговли в крупных городах Украины. Активизация маркетинговой деятельности и акцент на упаковку. Увеличение маркетингового бюджета до 25000 тыс. / год. Развитие направления продукции для детей и доведение доли данного вида продукции в общем объеме реализации до 10%.

Окончание табл. 1

АВК	Геркулес	САН ИнБев Украина	Чумак
Финансовая устойчивость			
Характеристика			
Уровень зависимости от внешних инвесторов и кредиторов больше нормального значения – 0,64. Показатели ликвидности не соответствуют нормальным значениям, но в целом не являются критическими. Коэффициент платежеспособности имеет тенденцию к росту. Фактический уровень рентабельности реализации – 5,4%, критический – 20,8%.	Критически низкое значение коэффициента автономии – 0,018 (см. Приложение 1); тенденция к снижению коэффициента перманентного капитала – 0,36. Низкий уровень платежеспособности. Фактический уровень рентабельности реализации – 0,33%, критическое значение – 24,7%.	Коэффициент финансовой независимости в пределах нормального значения. Неудовлетворительный уровень ликвидности и платежеспособности. Предприятие стало убыточным. Критическое значение рентабельности реализации – 16,8%.	Значение коэффициента автономии является низким (0,27), перманентного капитала – нормальным (0,79). Характеризуется нормальным уровнем ликвидности и платежеспособности. Предприятие убыточно. Критический уровень рентабельности реализации – 14,5%.
Направления обеспечения:			
Основная проблема исследуемых предприятий заключается в низком уровне доходности реализации, не обеспечивает покрытие расходов на функционирующий капитал, вызывает разрушение стоимости бизнеса. Рост доходности может быть обеспечен за счет реализации мероприятий, предлагаемых в рамках возобновления производственной и рыночной устойчивости.			

Следует отметить, что премиум сегмент с 2011 по 2014 г. имел тенденцию к росту, что делает его привлекательным для дальнейшего развития [13]. Приоритетную роль в обеспечении прибыльности кондитерского бизнеса играет организация сбытовой и рекламной деятельности. Большая часть продукции предприятия реализуется через сетевую торговлю. Однако высокий уровень конкуренции и не всегда привлекательные условия сотрудничества не позволяют говорить о положительных тенденциях в развитии данного направления. Безусловно, основным каналом сбыта в ближайшее время будут оставаться дистрибуция и розничная торговля, однако развитие фирменных каналов сбыта имеет предпосылки для активизации.

АО «АВК» имеет фирменные магазины в Донецке, Луганске, Харькове, Киеве, но этого также недостаточно. Через фирменную торговлю в 2014 году предприятие реализовало всего 8,6 % продукции в стоимостном измерении, в натуральном – 5,4 %. В сложившейся ситуации на рынке сладостей компания не должна пренебрегать такими местами торговли как фирменные палатки, фирменные торговые точки, малые архитектурные формы. Для них целесообразно производить эксклюзивные виды продукции, которые можно приобрести только в специализированных фирменных магазинах [14].

Оценка финансовой устойчивости организаций на основе бухгалтерской аналитической модели свидетельствует о ее нормальном уровне по состоянию на конец 2014 г. (табл. 2).

Таблица 2 – Идентификация уровня финансового обеспечения крупнейших пищевых предприятий Украины в 2014 году, рассчитано автором по [15-18]

Показатель	Коэффициент значимости	Предприятия			
		Чумак	Геркулес	АВК	САН ИнБев Украина
Рентабельность капитала, %	0,4	0	0,3	7,11	7,47
Максимальное значение – 7,47					
Соответствие показателя максимальному значению *	-	0	0,040	0,952	1,000
Коэффициент автономии	0,2	0,27	0,018	0,333	0,583
Оптимальное значение – 0,58					
Соответствие показателя оптимальному значению *	-	0,466	0,031	0,574	1,000
Коэффициент перманентного капитала	0,3	0,79	0,36	0,64	0,54
Оптимальное значение – 0,79					
Соответствие показателя оптимальному значению *	-	1,000	0,456	0,810	0,684
Коэффициент текущей ликвидности	0,1	2,38	1,058	2,05	0,399
Оптимальное значение – 2,38					
Соответствие показателя оптимальному значению *	-	1,000	0,445	0,861	0,168
Вектор финансового обеспечения	-	0,493	0,204	0,825	0,822

Примечание: * – без учета коэффициента значимости показателя

Так коэффициент перманентного капитала составляет 0,64, коэффициенты ликвидности хотя и имеют отклонения от нормальных значений, но не являются критическими; уровень рентабельности активов по чистой прибыли более высокий по сравнению со среднеотраслевым значением.

Оценка уровня прибыльности по стоимостной модели как параметра финансовой устойчивости позволяет утверждать, что потоки добавленной стоимости предприятия (EVA) являются отрицательными, критическое значение рентабельности реализации – 20,8 %, фактическое – 5,4 %, или почти в 4 раза ниже нормы. Основная проблема бизнеса заключается в низком уровне доходности реализации, который в большей степени определяется уровнем рыночной устойчивости предприятия (табл. 3).

Таблица 3 – Финансовые показатели хозяйственной деятельности крупнейших пищевых предприятий Украины в 2009-2014 г., рассчитано автором по [15-18]

Акционерные общества	Годы					
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1. Темп прироста (уменьшение чистого дохода), в % к пред. году						
Чумак	0,0	3,4	2,5	22,9	21,3	2,27
Геркулес	40,4	12,1	5,4	57,5	17,9	4,30
АВК	32,2	12,4	24,3	21,0	3,0	-1,57
САН ИнБев Украина	19,8	15,2	4,1	11,3	6,6	-16,95
2. Продуктивность активов, грн./грн						
Чумак	0,91	0,85	0,76	0,87	1,18	1,28
Геркулес	0,68	0,55	0,54	0,78	0,92	0,78
АВК	1,14	1,18	1,37	1,51	1,32	1,04
САН ИнБев Украина	1,16	1,31	1,23	1,39	1,52	1,34
3. Рентабельность реализации продукции по чистой прибыли, %						
Чумак	убыточное	убыточное	убыточное	убыточное	убыточное	убыточное
Геркулес	0,68	0,64	0,62	0,39	0,33	0,33
АВК	убыточное	0,15	0,13	2,87	5,33	5,40
САН ИнБев Украина	1,91	11,78	8,57	4,32	4,91	убыточное
4. Спред доходности капитала, %						
Чумак	-62,66	-46,05	-37,70	-31,72	-19,01	-14,84
Геркулес	-12,28	-12,61	-12,45	-12,33	-12,17	-5,43
АВК	-25,57	-16,24	-16,33	-12,13	-9,73	-6,22
САН ИнБев Украина	-7,84	4,48	-0,44	-5,53	-3,76	-16,55
5. Критический уровень рентабельности реализации продукции, %						
Чумак	16,74	17,70	20,02	17,69	13,00	14,5
Геркулес	18,77	23,48	23,54	16,26	13,56	24,7
АВК	14,18	13,89	12,04	10,90	12,80	20,8
САН ИнБев Украина	8,70	8,37	8,93	8,31	7,38	16,8

Акционерное общество «Геркулес» занимает шестую рейтинговую позицию среди основных игроков рынка мороженого Украины с рыночной долей 7,6 % и 14 % рынка полуфабрикатов [19]. Отечественный рынок мороженого и полуфабрикатов имеет тенденцию к росту, эксперты отмечают его высокий уровень потенциальной емкости в будущем [8].

Наиболее высокими темпами растут средний и высокий ценовые сегменты, поэтому развитие продуктового ассортимента в этих сегментах более перспективно и прибыльно. В 2011 г. торговая марка «Геркулес» запомнилась потребителям достаточно эксцентричной, креативной и неоднозначной рекламной компанией. В кризисном для рынка мороженого 2011 г., когда объемы производства мороженого снизились до минимума за последние пять лет, АО «Геркулес» стало единственным производителем мороженого, увеличившим производство за сезон на 20 %. Рекламная компания 2013 года была менее агрессивной, чем в 2011-2012 гг. и вызвала значительно меньший общественный резонанс и, соответственно рыночный результат был критическим. На фоне увеличения рынка мороженого на 7 % в 2013 г. сезонные объемы производства торговой марки «Геркулес» уменьшились. Анализ технико-технологического уровня организации свидетельствует о том, что все стадии производственного процесса соответствуют международным стандартам безопасности и качества ISO 9001: 2000 и ISO 22000: 2005; предприятие оснащено современным оборудованием и использует технологии производства, обеспечивающие выпуск конкурентоспособной продукции.

Учитывая тенденции развития рынка и специфику хозяйственной деятельности АО «Геркулес» в основу обеспечения его эффективного и устойчивого развития должны быть положены следующие инновации: разработка и активное продвижение на рынок функциональных продуктов; расширение линейки премиальных видов продукции; дифференциация портфеля торговых марок; профессиональный подход к упаковке продукции; соблюдение агрессивной стратегии в рекламной деятельности.

Уровень финансовой устойчивости и эффективности развития АО «Геркулес» находится в зависимости от рыночной и производственной устойчивости и эффективности бизнеса. Нарушение рыночной устойчивости привело к критически низким показателям ликвидности и финансовой устойчивости, а уровень рентабельности активов ниже средневзвешенных затрат на капитал в 72 раза. Поэтому обеспечение развития предприятия на основе инноваций должно ориентироваться на критическое значение рентабельности реализации, оцениваемое на уровне 24,7 % (табл. 2, 3).

Для АО «САН ИнБев Украина» и всех предприятий рынка пива 2014 год стал самым критическим с момента начала стагнации в 2008 году, его падение составило 8 %, а снижение объемов реализации через торговые сети – 5% [7, 20]. Эксперты пивного рынка прогнозируют негативные тенденции его развития и в 2015, по их расчетам, даже при условии отсутствия влияния негативных факторов снижение объемов производства рынка пива ожидается на уровне 10%. На данном этапе АО «САН ИнБев Украина» придерживается тактики оптимизации расходов. При наличии технико-технологической базы, соответствующей самым высоким современным международным стандартам, высокого уровня развития маркетингового потенциала компании, говорить об активизации инновационной деятельности весьма сомнительно. То есть, нарушение рыночной устойчивости, обусловленной факто-

рами внешней среды, требуют от менеджмента соответствующих адаптационных действий, в основу которых на данном этапе могут быть заложены механизмы неинновационного характера.

Нарушение уровня финансовой устойчивости АО «САН ИнБев Украина» по состоянию на конец 2014 г. (табл. 2, 3), объясняется, прежде всего, тем, что предприятие сократило объемы производства и реализации продукции и стало убыточным впервые за годы своего функционирования на отечественном рынке пива. Очевидно, что причины нарушения рыночной устойчивости, связаны, прежде всего, с падением спроса на пивную продукцию. Однако, для удержания положительных финансовых результатов, менеджмент компании должен сосредоточиться на развитии тех брендов, которые оказались наименее уязвимыми к негативному воздействию факторов рыночной среды.

Деятельность АО «Чумак» является достаточно диверсифицированной, поэтому идентификация рыночных позиций предприятия является неоднозначной. На рынке соусов и майонезов торговая марка «Чумак» входит в группу лидеров, хотя в 2013-2014 гг. по сравнению с 2010 г. ее рейтинговые позиции ухудшились и сейчас рыночная доля компании составляет 7% [8, 9]. Торговая марка «Чумак» до 2012 г. занимала лидирующие позиции по уровню доверия потребителей на рынке плодоовощной консервации, однако сегодня специалисты говорят о том, что предприятие постепенно теряет свои рыночные позиции [21].

На рынке макаронных изделий достаточно трудно идентифицировать конкурентные позиции предприятия. Однако стоит отметить, что данный рынок является перспективным с точки зрения его роста, а четких лидеров на нем нет. Особенно стоит обратить внимание на премиум сегмент, в котором в основном представлена импортная продукция. Учитывая растущие тенденции потребления высококачественных макаронных изделий и актуализацию проблем здорового питания, данный сегмент может стать самым привлекательным для АО «Чумак» в направлении развития макаронных изделий.

Стоит отметить, что в течение последних семи лет предприятие является убыточным (табл. 3). Ассортиментная структура реализованной продукции почти не меняется, коэффициент обновления ассортимента является наименьшим по сравнению с основными конкурентами по соответствующим продуктовыми направлениями. Такой сегмент как овощная консервация менеджмент компании вообще планирует свернуть. Высокий уровень изношенности технологического оборудования и не всегда прогрессивные технологии производства не позволили предприятию снизить текущие расходы до уровня, который бы позволил формировать положительные потоки чистой прибыли.

Обеспечение устойчивого и эффективного развития компании может происходить только при условии наличия такой технико-технологической базы, которая будет соответствовать международным стандартам безопас-

ности и качества всех процессов производства и реализации пищевых продуктов. Параллельно менеджмент предприятия должен применять дифференцированный подход к позиционированию продукции. В ассортиментной линейке почти отсутствует премиальный сегмент, является мизерной доля функциональных продуктов, которые могут стать основой конкурентоспособности в ближайшие годы. Дальнейшие инерционные действия менеджмента АО «Чумак» на фоне проактивного поведения предприятий-конкурентов могут привести к потере рыночных позиций, которые предприятие удерживает лишь за счет действия мультипликативного эффекта от уровня развитости торговой марки «Чумак».

Выводы

Обобщая определенные параметры обеспечения устойчивости развития исследуемых пищевых предприятий на основе инноваций можно сделать следующие выводы:

1. Производственная устойчивость для пищевых предприятий является необходимым условием обеспечения их рыночной и финансовой устойчивости. При нарушении производственной устойчивости невозможно достичь сбалансированности показателей рыночной и финансовой устойчивости, так как несоответствие производственных параметров современным международным стандартам и требованиям непосредственно отражается на качестве продукции, которая является основой безопасности и здоровья потребителей.

2. Основой обеспечения рыночной устойчивости пищевых предприятий Украины являются продуктовые инновации. Учитывая тенденцию национального рынка, связанную с ростом повышенного внимания потребителей к здоровому питанию, особую актуальность приобретают функциональные продукты. Причем, данное продуктовое направление активно развивается только отечественными производителями молочных и хлебобулочных изделий и значительно в меньшей степени представлено другими видами пищевых продуктов. Активизация развития данного направления для всех исследуемых пищевых предприятий может обеспечить рыночную и финансовую устойчивость в долгосрочной перспективе.

3. Наименее чувствительным к негативному воздействию факторов внешней среды на рынке пищевых продуктов оказались изделия премиум сегмента. По многим видам пищевых продуктов этот сегмент представлен в основном импортной продукцией. Так как премиум продукция в своем большинстве относится к группе продуктов здорового питания, то этот сегмент имеет положительные растущие тенденции спроса. Для исследуемых пищевых предприятий, каждое из которых имеет торговые марки, занимающие лидирующие позиции в национальных рейтингах, позиционирование в премиальных сегментах может обеспечить мультипликативный эффект в среднем ценовом сегменте, на который основан и ориентирована продукция изученных предприятий.

Перечень использованных источников

1. Гумба Х. М. Теоретические основы инновационного развития предприятий строительной отрасли : монография / Х. М. Гумба. – Москва : МГСУ, 2012. – 200 с.
2. MarketinG. VC [Электронный ресурс] : база маркетинговой информации. – Режим доступа: <http://marketing.vc>. – По состоянию на 01.03.2016. – Загл. с экрана.
3. Чечурина М. Н. Управление инновационным процессом в многоуровневой экономической системе : монография / М. Н. Чечурина. – Санкт-Петербург : Академия управления и экономики, 2010. – 214 с.
4. Гросул В. А. Концепция стейкхолдеров в системе оценки эффективности функционирования предприятия / В. А. Гросул, Н. Е. Аванесова // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2010. – № 2(52). – С. 233-236.
5. Синк Д. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение / Д. Синк ; [пер. с англ.]. – Москва : Прогресс, 1989. – 528 с.
6. Эйлон С. Система показателей эффективности производства (прикладной анализ) / С. Эйлон, Б. Голдун, Ю. Сезанн ; пер. с англ. – Москва : Экономика, 1980. – 192 с.
7. Forbes Украина [Электронный ресурс] : [сайт журнала]. – Режим доступа: <http://forbes.ua>. – По состоянию на 01.03.2016. – Загл. с экрана.
8. Мир продуктов [Электронный ресурс] : портал продовольственной промышленности [Украины]. – Режим доступа: <http://www.prodinfo.com.ua>. – По состоянию на 01.03.2016. – Загл. с экрана.
9. U. S. Food and Drug Administration [Electronic resource] : organization's web-site. – Available from: <http://www.fda.gov>. – Viewed 01.02.2016. – Title from screen.
10. Компания АВК получила международный сертификат управления качеством EN ISO 9001:2000 [Электронный ресурс] // Кондитер Украины. – Режим доступа: <http://www.ukrkonditer.kiev.ua/news/289>. – По состоянию на 22.09.2003. – Загл. с экрана.
11. Жизнь мусульман Украины стала слаще: 120 наименований продукции кондитерской компании «АВК» прошли сертификацию халяль [Электронный ресурс] // Альрайд : сайт Всеукраинской Ассоциации Общественных Организаций. – Режим доступа: <http://www.arraid.org/ru/node/2065>. – По состоянию на 25.09.2012. – Загл. с экрана.
12. Радченко Н. «Гормон счастья»: цифры и факты / Н. Радченко // Мир продуктов. – 2011. – № 12. – С. 18-22.
13. Обзор рынка кондитерских изделий [Электронный ресурс] / Синергия // РБК-Украина. Исследования рынков. – Режим доступа: <http://marketing.rbc.ua/publication/24.07.2014/6833>. – По состоянию на 21.07.2014. – Загл. с экрана.

14. Про компанію [АТ «АВК»] [Електронний ресурс] : [відомості] // АВК - Кондитерська компанія. – Режим доступу: http://avk.ua/ua/o_kompanii/about. – Станом на 01.03.2016. – Назва з екрана.

15. Приватне акціонерне товариство «АВК» [Електронний ресурс] : річна інформація / [директор О. Волченко] // Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України : [сайт уповноваженої особи з розкриття інформації емітентами цінних паперів]. – Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/participant/30482582>. – Станом на 01.01. 2015. – Назва з екрану.

16. Приватне акціонерне товариство «Геркулес» [Електронний ресурс] : річна інформація / [директор І. Кавешніков] // Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України : [сайт уповноваженої особи з розкриття інформації емітентами цінних паперів]. – Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/participant/25117467>. – Станом на 01.01. 2015. – Назва з екрану.

17. Публічне акціонерне товариство «САН ІнБев Україна» [Електронний ресурс] : річна інформація / [директор Д. Хренов] // Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України : [сайт уповноваженої особи з розкриття інформації емітентами цінних паперів]. – Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/participant/30965655>. – Станом на 01.01. 2015. – Назва з екрану.

18. Приватне акціонерне товариство «Чумак» [Електронний ресурс] : річна інформація / [директор К. Шевченко] // Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України : [сайт уповноваженої особи з розкриття інформації емітентами цінних паперів]. – Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/participant/24106105>. – Станом на 01.01. 2015. – Назва з екрану.

19. О компании [АО «Геркулес»] [Электронный ресурс] : [сведения] // Геркулес – Непобедимая сила качества. – Режим доступа: <http://www.hercules.ua/about/adinfo.php>. – По состоянию на 01.03.2016. – Загл. с экрана.

20. Медіа-центр [компанії САН ІнБев Україна] [Електронний ресурс] : [відомості] // САН ІнБев Україна. – Режим доступу: <http://www.suninbev.com.ua/ua/media>. – Станом на 01.03.2016. – Назва з екрана.

21. Регулярна та особлива інформація [про АТ «Чумак»] [Електронний ресурс] : [відомості] // Чумак – з лану до столу. – Режим доступу: http://ua.chumak.com/view.annual_info. – Станом на 01.03.2016. – Назва з екрана.

© Н. М. Чухраєва

Innovative development of food enterprises of Ukraine, considering sustainability parameters

Chuhrayeva Natalia

*Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Senior Teacher of Enterprise
Economics Department, PhD in Economics, Ukraine*

Abstract. The paper considers the priorities to ensure the effective development of food enterprises through innovation. It defines the strategic guidelines and basic parameters that determine the level of stability and effectiveness, taking into account the trends and prospects of the relevant market segments.

Keywords: innovation, sustainability, effective development, certification of production process, production stability, market stability, financial stability.

© N. Chuhrayeva