

# МАРКЕТИНГОВА ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ОЛІЙНО-ЖИРОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ

*О.Кравець, старший*

*викладач Дніпровський державний аграрно-економічний університет*

Важливим напрямком маркетингової діяльності підприємств олійно-жирового підкомплексу є комплексне дослідження ринку, його учасників, сегментів галузевої структури.

Одним із небагатьох структурних елементів національної економіки, які не знижують ефективність діяльності та протягом тривалого періоду часу демонструють позитивну динаміку свого розвитку є олійно-жировий підкомплекс АПК України. Останніми роками підприємства підкомплексу суттєво збільшили обсяги виробництва олійно-жирової продукції, підвищили економічну ефективність виробництва та розширили асортимент. Стабільний зростаючий попит та експортна орієнтованість в основних сегментах олійно-жирової продукції дозволяє вітчизняним підприємствам впевнено формувати маркетингові стратегії розвитку. Оскільки світова кон'юнктура олійно-жирового ринку, вподобання та смаки споживачів змінюються перед суб'єктами ринку постають нові виклики, які мають бути вирішені завдяки маркетингово-орієнтованій інвестиційній та інноваційній діяльності [2].

Оновні тенденції розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності заключаються у прагненні виробників олійно-жирової продукції постачати харчовій промисловості рецептури рослинних олій та жирів з поліпшеним харчовим профілем; інноваційні процеси у виробництві сировини та її переробці в олійно-жировому підкомплексі характеризуються суттєвим врахуванням зростання обсягів витрат на виробництво продукції.

Реформування виробництва та технологічні інновації, зазвичай, не можуть бути легко досягнуті без значних інвестицій з боку виробників та споживачів харчових рослинних олій у технологічне обладнання, дослідження

та розробку продуктів, пакування продуктів, тестування безпеки та якості продукції, тестування стабільності постачання сировини тощо [2].

Потенційні інноваційні рішення можуть також включати в себе використання твердих жирів, використання антиоксидантів, використання високоолеїнових олій, зміну технологічних процесів та адаптації їх у виробництві олії, а також технологічна адаптація на рівні застосування споживачами олії. Суттєвого інвестування потребує переробка олій та жирів та технологічне реформування підприємств олійно-жирового підкомплексу. Також потребує

вирішення проблема підтримки гнучкості в адаптації виробничих процесів як для виробників рослинних олій та жирів, так і для кінцевих споживачів [1].

Вітчизняні учасники олійного ринку при формуванні інвестиційно-інноваційної стратегії мають врахувати глобальні тенденції розвитку світового олійно-жирового підкомплексу, показати свою здатність не тільки підтримувати традиційні провідні позиції у ринкових нішах олійної сировини рослинного походження та соняшnikової олії, але й зробити кардинальний крок до проникнення у поки ще дійсно інноваційний ринок високоолеїнових харчових рослинних олій, інвестуючи у нові продукти, такі як високоолеїнові соняшnikова, ріпакова чи соєва олії.

Література:

1. Ільків Л.А. Ефективність виробництва високоолеїнового соняшника в Україні / Л.А. Ільків // Молодий вчений, 2017. — № 11 (51). — С. 1171 — 1173.

2. Красняк О. П., Довгань Ю. В. Маркетингова оцінка напрямів інвестиційно-інноваційної активності підприємств олійно-жирового підкомплексу./ О.П.Красняк , Ю.В. Довгань //Інвестиції: практика та досвід, 2018. -№ 12. С. 42–46.