

капітал; щодо підвищення регуляції: законодавчі ініціативи покращать довіру до ринку; щодо інноваційних продуктів: збільшиться кількість стартапів у сфері DeFi, Web3 та NFT.

Український ринок криптовалют на сьогоднішній день є динамічним і перспективним, з великим потенціалом для залучення інвестицій та розвитку інновацій. Водночас важливо нашій державі приділяти увагу регуляторним аспектам, освітнім ініціативам і запобіганню шахрайству, щоб забезпечити його сталий розвиток.

Література

1. Pererva P., Nagy S., Maslak M. (2018) Organization of marketing activities on the intrapreneurship // *MIND Journal*. № 5. 10 p.
2. Kocziszky G., Pererva P.G., Veres Somosi M. (2019) Compliance program: [tutorial]. Kharkov; Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.
3. Перерва П.Г., Кобелєва Т.О. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 1. С. 79–88.
4. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
5. Перерва П.Г. Управління інноваційною діяльністю підприємства // *Маркетинг: підручник* / За ред. О.А.Старостіної. К.: Знання, 2009. С. 461–518.
6. Побережна Н.М., Перерва П.Г. Визначення ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівного підприємства // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 2. С. 191–198.
7. Перерва П.Г. Економіка та організація інноваційної діяльності : підруч. / за ред. П.Г. Перерви, С.А.Меховича, М.І. Погорєлова. Харків: НТУ «ХПІ», 2008. 1080 с.
8. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
9. Kocziszky G., Pererva P.G., Veres Somosi M. (2019) Compliance program: [tutorial]. Kharkov; Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.
10. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелєва Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
11. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // *Навч. посібник для інж.-техн. вузів*. - Харків : «Основа», 1993. — 288 с.
12. Перерва П.Г. Економіка і маркетинг виробничо-підприємницької діяльності: Навч. посібник / За ред. Перерви П.Г., Гавриш О.М., Погорєлова М.І. Харків: НТУ «ХПІ», 2004. 640 с.
13. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л. Антикризисный механизм сталого развития предприятия / ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л.-Х.: Віровець А.П. : Апостроф, 2012. — 703 с.

Мехович К.С.

здобувачка PhD,

Національний технічний університет «ХПІ»

АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ФОРСАЙТ-ТЕХНОЛОГІЙ В ІННОВАЦІЙНОМУ МАРКЕТИНГУ

Форсайт-технології (від англ. *foresight* — передбачення) є методологією довгострокового прогнозування, яка використовується для аналізу майбутніх тенденцій і формування стратегічних рішень [1, 3, 9]. В інноваційному маркетингу ці технології набувають особливого значення, оскільки дозволяють передбачити зміни у споживчих перевагах, технологічному розвитку та ринкових умовах [2, 4]. Форсайт-методи — це інструменти стратегічного прогнозування, які використовуються для аналізу майбутніх тенденцій, створення сценаріїв розвитку та прийняття обґрунтованих рішень в умовах невизначеності. В інноваційному маркетингу та ІТ-сфері форсайт допомагає визначати перспективні напрями розвитку технологій, поведінки споживачів та ринку.

Нами визначено основні принципи формування та використання форсайт-технологій у сфері інноваційного маркетингу та інформаційних технологій [5, 7, 10]. До них пропонуємо віднести:

аналіз майбутніх трендів. Виявлення глобальних і локальних трендів, які можуть вплинути на споживчий попит та конкурентне середовище.

колективний інтелект. Форсайт часто базується на експертних опитуваннях, панельних дискусіях та креативних сесіях, що залучають різні точки зору;

довгострокове прогнозування. Орієнтація на майбутнє від 5 до 20 років, що дозволяє планувати стратегічний розвиток компанії;

сценарний аналіз. Моделювання можливих сценаріїв розвитку ринку для адаптації маркетингових стратегій;

Досягнення даних принципів, на наш погляд, є можливим при використанні сучасних інструментів форсайт-технологій, до яких ми пропонуємо віднести:

- метод Делфі: залучення експертів для отримання узгоджених прогнозів, що дозволяє отримати надійний прогноз майбутнього на основі неупереджених думок кваліфікованих експертів [6];

- сценарне планування: дозволяє створити декілька альтернативних сценаріїв майбутнього ринку [8];

- SWOT- та PEST-аналіз: якісна оцінка зовнішніх і внутрішніх факторів впливу на прогнозний період [11];

- морфологічний аналіз: дозволяє проводити оперативне визначення нових в основному інноваційних можливостей підприємства шляхом комбінування різних параметрів [13].

Можливості форсайт-технологій в інноваційному маркетингу пропонуємо визначати в таких пропозиціях.

1. *Виявлення нових ніш:* ця задача досягається завдяки прогнозуванню змін у поведінці споживачів продукції, що виробляється, та прогнозуванню змін її властивостей в майбутньому.

2. *Оптимізація маркетингових стратегій:* створення персоналізованих пропозицій та продуктів. Персоналізація представляє собою інноваційний метод прогнозування майбутніх змін.

3. *Управління ризиками:* завчасне виявлення загроз для бізнесу, що в деяких випадках є надійним запобіжником для безкризового розвитку, забезпечення сталості і ефективності виробничо-комерційної діяльності промислового підприємства.

4. *Підвищення конкурентоспроможності:* інноваційні підходи до просування продуктів, що для інноваційного маркетингу є однією з найбільш важливих ринкових стратегій.

5. *Прогнозування поведінки споживачів:* використання даних про тренди, соціальні мережі та штучний інтелект для передбачення змін у запитах клієнтів.

6. *Розробка продуктів майбутнього:* аналіз перспективних технологій для створення інноваційних товарів чи послуг.

7. *Побудова маркетингових стратегій:* використання сценарного планування для визначення найбільш ефективних рекламних інструментів та каналів.

8. *Тренд-вотчинг (Trend Watching):* моніторинг нових тенденцій, таких як екологічність, персоналізація, віртуальна реальність.

До найважливіших переваг форсайт-методів, на наш погляд, слід віднести зниження ризиків: прогнозування змін дозволяє уникнути несподіваних втрат; інноваційний розвиток, що сприяє створенню унікальних рішень; гнучкість яка допомагає адаптувати стратегії до змінних умов.

Форсайт-технології є ефективним інструментом для прогнозування ринкових змін і розробки стратегічних маркетингових рішень. Їх застосування дозволяє компаніям бути адаптивними до динамічного ринкового середовища, виявляти нові можливості для зростання та знижувати рівень бізнес-ризиків. Форсайт-методи є ключовим інструментом для створення довгострокових стратегій в умовах невизначеності, що особливо актуально для маркетингу та ІТ-сфери. Використання цих методів дозволяє компаніям займати провідні позиції на ринку та швидше адаптуватися до змін.

Література

1. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
2. Перерва П.Г. Економіка і маркетинг виробничо–підприємницької діяльності: Навч. посібник / За ред. Перерви П.Г., Гавриш О.М., Погорелова М.І. Харків: НТУ «ХПІ», 2004. 640 с.
3. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л. Антикризовий механізм сталого розвитку підприємства / ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л.-Х.: Віровець А.П. : Апостроф, 2012. — 703 с.
4. Kocziszky G., Pererva P.G., Veres Somosi M. (2019) Compliance program: [tutorial]. Kharkov; Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.
5. Перерва П.Г., Борзенко В.І., Кобелева Т.О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
6. Побережна Н.М., Перерва П.Г. Визначення ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівного підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. № 2. С. 191–198.
7. Перерва П.Г. Економіка та організація інноваційної діяльності : підруч. / за ред. П.Г. Перерви, С.А. Меховича, М.І. Погорелова. Харків: НТУ «ХПІ», 2008. 1080 с.
8. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
9. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві // Навч.посібник для інж.-техн.вузів. — Харків : «Основа», 1993. — 288 с.
10. Pererva P., Nagy S., Maslak M. (2018) Organization of marketing activities on the intrapreneurship // MIND Journal. № 5. 10 p.
11. Kocziszky G., Pererva P.G., Veres Somosi M. (2019) Compliance program: [tutorial]. Kharkov; Miskolc : NTU «KhPI». 689 p.
12. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Визначення ризику оцінки стану кон'юнктури вітчизняного ринку асинхронних двигунів // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 1. С. 79–88.
13. Перерва П.Г. Управління інноваційною діяльністю підприємства // Маркетинг: підручник / За ред. О.А. Старостіної. К.: Знання, 2009. С. 461–518.

Могильна Л.М.

кандидат економічних наук, доцент,

Кривокоритов П.М.

здобувач вищої освіти,

Сумський національний аграрний університет

ВПРОВАДЖЕННЯ ЗАХОДІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ДЕРЕВООБРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасна деревообробна промисловість є однією з ключових галузей економіки, яка має вагомий потенціал для інноваційного розвитку. У світі, де технології розвиваються зі швидкістю, яку складно уявити, успішне функціонування підприємств у цій сфері залежить від здатності ефективно впроваджувати інноваційні рішення. Здійснення інноваційної діяльності забезпечує підприємствам значні переваги та підвищує їх прибутковість. Тому одним з основних завдань інноваційного менеджменту є виявлення проблем здійснення та розробка заходів щодо підвищення ефективності. Проте, сам процес управління інноваційною діяльністю часто стикається з низкою викликів, що потребують обдуманих заходів для їх подолання.

Передусім, варто зазначити, що інноваційна діяльність у деревообробній промисловості охоплює як технологічні, так і організаційні аспекти. Це можуть бути нові методи переробки деревини, автоматизація виробництва, створення екологічно чистих матеріалів чи оптимізація логістичних процесів. Управління цією діяльністю вимагає стратегічного підходу, що включає чітке планування, ефективне використання ресурсів і залучення кваліфікованих фахівців.

Одним із ключових заходів для підвищення ефективності управління є впровадження сучасних інформаційних технологій. Наприклад, системи управління виробництвом (ERP-