

ФОРСАЙТ-МЕТОДИ В МАРКЕТИНГУ

Мехович К.С., Дюжев В.Г.

***Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків***

Форсайт-метод – це інструмент стратегічного мислення, який дозволяє підприємствам аналізувати тенденції, прогнозувати майбутні можливості та загрози, а також розробляти стратегії для досягнення своїх цілей [1-5]. У маркетинговій діяльності цей метод може бути вкрай корисним так як за допомогою форсайт-методу підприємство може аналізувати тенденції на ринку, виявляти майбутні можливості та загрози, що дозволяє підготуватися до змін та реагувати на них вчасно. Знання майбутніх тенденцій дозволяє підприємству розробляти стратегії маркетингу, спрямовані на використання нових можливостей та уникнення загроз [2, 5]. Форсайт-метод може стимулювати інноваційний розвиток, оскільки він сприяє виявленню потенційних напрямків розвитку та нових ідей для продуктів та послуг [1]. Використання форсайт-методу дозволяє підприємству бути більш гнучким та адаптивним до змін на ринку, що сприяє збільшенню його конкурентоспроможності.

Отже, форсайт-метод може бути важливим та актуальним інструментом для розвитку маркетингової стратегії підприємства, допомагаючи виявляти та використовувати нові можливості на ринку.

Форсайт-методи в маркетинговій діяльності підприємства можуть включати різні підходи та інструменти для аналізу, прогнозування та розробки стратегій. Форсайт-методи в маркетинговій діяльності підприємства спрямовані на аналіз тенденцій, прогнозування майбутніх подій і розробку стратегій для досягнення конкурентної переваги. Форсайт-методи в маркетинговій діяльності підприємства орієнтовані на прогнозування та аналіз майбутніх тенденцій ринку, сприяючи формуванню стратегій розвитку та прийняттю обґрунтованих рішень.

Література:

1. Витвицька О.Д., Козупиця Є.С. Інноваційні зміни та стимулювання розвитку галузі бджільництва в Україні. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2016. № 4. С. 44-48.
2. Витвицька О.Д. Роль комерціалізації інноваційної продукції у забезпеченні розвитку економіки. *Агроінком*. – 2010. - №10-12. – С. 12-18.
3. Витвицька О.Д. Інноваційний розвиток підприємств аграрного сектору: *монографія*. Київ: Аграр Медіа Груп. 2012. 407 с.
4. Витвицька О.Д. Вдосконалення механізмів соціально-економічних мотивацій підприємницької діяльності: *автореф. дис. ... канд. екон. наук* : спец. 08.06.02 / О.Д. Витвицька; Ін-т регіональних досліджень НАН України. Л., 2000. 18с.