

залишатися конкурентоспроможними та відповідати мінливим потребам своїх клієнтів. Майбутнє маркетингу в промисловому секторі, безсумнівно, пов'язане з ростом і розвитком технології IoT.

1. Інтернет речей: мережева архітектура та архітектура безпеки  
URL: <https://www.bizmaster.xyz/2020/12/internet-rechei-merezheva-arkhitektura-ta-arkhitektura-bezpeky.html> (дата звернення: 22.12.2023).

2. P. Kiss, A. Reale, C. J. Ferrari, and Z. Istenes, "Deployment of IoT applications on 5G edge," in Proceedings of the 2018 IEEE International Conference on Future IoT Technologies (Future IoT). Eger, Hungary, January 2018. Pp. 1-9.

3. O. Moroz, I. Trunina, M. Moroz, V. Zahorianskyi and K. Vasytkovska, "Digital Marketing Communications Transformation in Wartime," 2023 IEEE 5th International Conference on Modern Electrical and Energy System (MEES). Kremenchuk, Ukraine, 2023. Pp. 1-6. doi: 10.1109/MEES61502.2023.10402369.

## **ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ФОРМ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

**Тарас Мурафа, Тетяна Данилюк**

**ВНУ імені Лесі Українки, м. Луцьк**

Розвиток підприємств у складних умовах ринкових відносин та впровадження інноваційних стратегій стають критичними завданнями для української економіки. Забезпечення балансу між різними аспектами, такими як організаційна структура, управління, ринкова частка і розвиток галузі, визначає успішність зростання. Розробка інноваційних стратегій стає необхідною для адаптації підприємств до змін в зовнішньому середовищі та забезпечення їхньої конкурентоспроможності [4, с. 52].

В ринковій системі економіки, інноваційна стратегія виступає необхідним елементом для формування конкурентоспроможних концепцій розвитку країни. Забезпечення конкурентної переваги стає можливим завдяки максимальному використанню новітніх технологій.

Дослідження та прогнозування перспектив інноваційних стратегій у ключових сферах господарської діяльності визначають шлях економічного розвитку. Комплексний підхід до вивчення і

впровадження наукових розробок допоможе максимізувати потенціал інновацій для подальшого розвитку суспільства в інформаційну епоху.

Визначення інновацій об'єднує підхід, що підкреслює зміни, спрямовані на створення нового продукту, технології чи процесу. Це визнання, що інновації набувають значення лише при їхньому практичному використанні та супроводжуються певним ефектом, підкреслює важливість практичної вартості та впливу на споживачів.

Так, інноваційна стратегія дозволяє підприємствам адаптуватися до змін в зовнішньому середовищі та забезпечує їм утримання на ринку шляхом постійного оновлення продукції, впровадження нових технологій і поліпшення системи управління [3, с. 182].

Сучасна система управління інноваційною стратегією вимагає ефективного моделювання бізнес-процесів та впровадження сучасної методології аналізу і проектування процедур управління інноваціями.

Так, життєвий цикл інноваційного проекту включає етапи від ідеї до експлуатації об'єкта, в якому реалізується інноваційна стратегія підприємства. Процесні інвестиції, пов'язані з освоєнням нових технологій чи організації виробництва, є важливою частиною цього процесу. У розвинених країнах, таких як США та Японія, співвідношення продуктових і процесних інновацій може відрізнитися, але обидва типи є ключовими для успішної інноваційної діяльності підприємств. Урахування досвіду країн з розвинутим інноваційним сектором може бути важливим для України, особливо у контексті відсутності окремих інструментів, таких як лізинг та венчурне фінансування [1, с. 12].

Сучасна економічна теорія визначає п'ять основних ознак групування інновацій. Процес введення новацій на ринок часто називається процесом комерціалізації, і комерційний аспект визначає інвестицію як економічну необхідність, яка перетворюється на джерело доходу. Попит на інвестиції свідчить про їхню конкурентоспроможність, що є результатом інноваційної стратегії. Інноваційні процеси, більше, ніж будь-які інші елементи науки та технологічного прогресу, пов'язані з ринковими відносинами. Основна маса інновацій реалізується в ринковій економіці підприємницькими структурами як засіб вирішення виробничих і комерційних задач. Це також означає, що інвестиції повинні бути зорієнтовані на конкретного споживача або потребу [2, с. 102].

Так, розуміння інноваційної стратегії ґрунтується на стратегічному підході до визначення майбутнього організації. Однак урахування особливостей інноваційних процесів на підприємстві є важливим, оскільки це є одним із радикальних засобів досягнення цілей організації в умовах високого рівня невизначеності. Важливо зазначити, що стратегічне управління інноваційним розвитком є унікальним для кожного підприємства, формуючись відповідно до факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Отже, не існує чіткої стандартної інноваційної стратегії, проте можна використовувати теоретичні конструкції та моделі для формування стратегії, які враховують специфіку підприємства та його внутрішній потенціал.

1. Бабченко Л.В. Стратегічний маркетинг у системі управління промисловим підприємством. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип.15. Ч.1. С. 11-15.

2. Гевко О.Б., Шведа Н.М. Стратегічне управління: навч. посіб. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2016. 152 с.

3. Глєбова О.А., Голуб О.М. Особливості формування корпоративної стратегії на підприємствах в умовах кризи. *Економічний форум*. 2016. №3. С.182-188.

4. Довбня С.Б., Найдовська А.О., Хитько М.М. Стратегія підприємства. Дніпропетровськ: НМетаАУ, 2011. 71 с.

## **ВПЛИВ ГЕНЕРАТИВНОГО ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА МАРКЕТИНГОВІ КАМПАНІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ**

**Найдюк Петро**, аспірант I курсу,

Науковий керівник: **Рейкін В. С.** – д. е. н., професор кафедри  
маркетингу

Волинський національний університет імені Лесі Українки  
м. Луцьк

Генеративний штучний інтелект (ГШІ) – різновид штучного інтелекту, здатний породжувати текст, зображення або інші медіа на основі генеративних моделей у відповідь на запит користувача. Генеративний штучний інтелект вивчає патерни та структуру даних що