

Міністерство освіти і науки України
Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права
Національного університету
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» (Україна)
Національна школа публічного адміністрування (Канада)
Варненський вільний університет Чорноризця Храбра (Болгарія)
Гентський університет (Бельгія)
Балтійська міжнародна академія (Латвія)
Міжнародний науково-освітній та навчальний центр (Естонія)
Покров Чехінвест s.r.o. (Чеська Республіка)
Київський національний університет імені Тараса Шевченка (Україна)
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (Україна)
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (Україна)
Київський національний університет будівництва та архітектури (Україна)
Державний торговельно-економічний Університет (Україна)
Сумський державний університет (Україна)
Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського (Україна)
Ужгородський національний університет (Україна)
Державна установа «Інститут економіки та прогнозування Національної
академії наук України» (Україна)
Державна установа «Інститут демографії та проблем якості життя
Національної академії наук України» (Україна)
Українська асоціація з розвитку менеджменту та бізнес-освіти (Україна)
Полтавське територіальне відділення Всеукраїнської професійної громадської
організації «Співка аудиторів України» (Україна)
Торгово-промислова палата України (Україна)



ЗБІРНИК

III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції **«СТАЛИЙ РОЗВИТОК: ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ В** **УМОВАХ СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ»**



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union

05 червня 2025 року

ПОЛТАВА

**Ministry of Education and Science of Ukraine
National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»
Educational and Research Institute of Finance, Economy, Management and Law
(Ukraine)
National School of Public Administration (Canada)
Varna Free University «Chernorizets Hrabar» (Bulgaria)
Ghent University (Belgium)
Baltic International Academy (Latvia)
The International Research Education & Training Center (Estonia)
Pokrov Czechinvest s.r.o. (Czech Republic)
Taras Shevchenko National University of Kyiv (Ukraine)
National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»
(Ukraine)
V. N. Karazin Kharkiv National University (Ukraine)
Kyiv National University of Construction and Architecture (Ukraine)
State University Of Trade And Economics
Sumy State University (Ukraine)
Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Bobersky (Ukraine)
Uzhhorod National University (Ukraine)
Public Institution «Institute for Economics and Forecasting of the National Academy
of Sciences of Ukraine» (Ukraine)
Public Institution «Institute for Demography and Quality of Life of the National
Academy of Sciences of Ukraine» (Ukraine)
Ukrainian Association for Management Development and Business Education
(Ukraine)
Poltava Territorial Branch of the All-Ukrainian Professional NGO «Union of Auditors
of Ukraine» (Ukraine)
Ukrainian Chamber of Commerce and Industry (Ukraine)**

COLLECTION

III International Scientific and Practical Internet Conference

«SUSTAINABLE DEVELOPMENT: CHALLENGES AND THREATS IN CONDITIONS OF MODERN REALITIES»

June 05, 2025



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Poltava

УДК 330.34-021.87”363”:342.77
С 76

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу
Національного університету імені Юрія Кондратюка заборонено

Редакційна колегія:

Онищенко С.В., д.е.н., професор;
Крекотень І.М., к.е.н., доцент;
Глебова А.О., к.е.н., доцент;
Глушко А.Д., к.е.н., доцент;
Гришко В.В., д.е.н., професор;
Карпенко Є.А., к.е.н., доцент;
Кульчій І.О., канд. держ. упр, доцент;
Птащенко Л.О., д.е.н., професор;
Свистун Л.А., к.е.н., доцент;
Чижевська М.Б., к.е.н., доцент;
Чичкало-Кондрацька І.Б., д.е.н., професор.

Сталий розвиток: виклики та загрози в умовах сучасних реалій : матеріали
С 76 III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, 05 червня 2025 р. – Полтава :
Національний університет імені Юрія Кондратюка, 2025. – 387 с.

У збірнику матеріалів Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції розглянуто теоретичні, методологічні й практичні аспекти, виклики та загрози розвитку суб’єктів господарювання та держави в умовах сучасних реалій.

Досліджено теоретичні та практичні аспекти співпраці влади, менеджменту підприємства та громадських інституцій у контексті цілей сталого розвитку. Визначено проблеми та перспективи стабілізації фінансової системи як умова євроінтеграції України. Висвітлено сучасний стан та перспективи розвитку міжнародної економічної діяльності України. Досліджено особливості бухгалтерського обліку, аудиту, контролю й оподаткування суб’єктів господарювання в умовах сучасних реалій, а також окреслено перспективи соціально-економічного розвитку країни в контексті євроінтеграції.

Збірник розраховано на фахівців із фінансів, економіки та менеджменту, працівників органів державної влади й місцевого самоврядування, науковців, викладачів, аспірантів і студентів.

УДК 330.34-021.87”363”:342.77
С 76

*Матеріали друкуються мовою оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори*

ISBN 978-966-616-186-7

© Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Малука Т.М., Смолінська Н.О.
Науковий керівник – Чичкало-Кондрацька І.Б., д.е.н., професор
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)

УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГУ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОДУКТІВ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Сучасна глобальна економіка значною мірою рухається завдяки технологічним інноваціям. Сьогодні актуальним є пошук способів зміни маркетингу у високотехнологічному середовищі, де важко отримати ринкову інформацію. Наприклад, досягнення технологій мікрочіпів знаходять застосування у широкому діапазоні галузей, що виходять за рамки традиційних комп'ютерних програм. Біотехнологія розрослася і породжує нововведення не лише в медичних цілях, а й у прибиранні сміття та біології посівів.

Невизначеність ринку виникає, в першу чергу, через страх та сумніви споживачів щодо того, які потреби або проблеми буде вирішувати нова технологія, та наскільки вона відповідатиме цим потребам. Занепокоєння цими факторами означає, що клієнти можуть відкласти прийняття нової інновації, вимагати високого рівня освіти та інформації про неї, а також потребуватимуть додаткових заходів, щоб підкріпити бажання здійснити покупку. Також потреби споживачів можуть швидко змінюватися, і особливо непередбачувано у високотехнологічних умовах. Стурбованість споживачів підсилюється відсутністю чіткого стандарту для сучасних інновацій на ринку. Питання про те, яким буде домінуючий дизайн у майбутньому, заважатимуть прийняттю споживачів, оскільки вони затримують покупку, щоб мінімізувати шанси зробити “неправильний” вибір. Тому існує невизначеність як серед споживачів, так і серед виробників щодо того, як швидко розповсюджуватиметься інновація. Наприклад, через 10 років після їх введення лише 20% домогосподарств США придбали кольоровий телевізор.

Суперечностями, які виникають у процесі здійснення міжнародного маркетингу високих технологій на макrorівні, є такі: між цілями та організаційними можливостями; між цінами та технологічною відсталістю [1]. До суперечностей на мезорівні зараховано такі: між якістю та функціональністю; між високотехнологічністю виробництва та екологічністю. До суперечностей на макроекономічному рівні належать такі: між мінливістю та стійкістю високотехнологічного ринку; між унікальністю та світовими стандартами.

Розглядаючи проблеми маркетингу у галузях високих технологій, відмітимо, що через конкуренцію та технологічну нестабільність на ринках високих технологій стадія зрілості життєвого циклу товару, як правило, є досить короткою. Отже, життєво важливо, щоб високотехнологічні фірми бездоганно виконували основні маркетингові принципи. Наприклад, вибір сприйнятливого цільового ринку, можливість чітко повідомляти про переваги, які пропонує інновація щодо інших рішень, наявність ефективного каналу розподілу та використання надійних навичок побудови відносин, не можуть бути проігноровані маркетологами в сфері високих технологій. У той же час існують певні маркетингові стратегії та тактики, які особливо помітні в контексті високотехнологічного маркетингу.

Список використаних джерел

1. Птащенко О. В. Міжнародний маркетинг високих технологій: теорія і практика: монографія. Харків : ТОВ «Майдан», 2018. 388 с.