

product (товар), place (місце розповсюдження), price (ціна) і promotion (засоби і способи розповсюдження)

Товарна політика промислового підприємства включає вибір асортименту вироблених товарів, оптимальних параметрів їх якості і споживчих властивостей, дизайну, упаковки, гарантій ремонту або заміни. Для розповсюдження товарів повинні бути знайдені дистриб'ютори (канали розповсюдження), вирішені питання транспортування, транспортної упаковки, зберігання. Ціноутворення передбачає визначення прейскурантної ціни, знижок, термінів та умов оплати, можливості кредитування. Просування товарів базується на елементах маркетингових комунікацій: рекламі, пропаганді, прямому продажу, стимулюванні збуту, формуванні відношення суспільства до торгової марки.

Третій аспект маркетингу - це функція управління, менеджменту, в межах якої здійснюються організація, планування, контроль і мотивація ринкової діяльності підприємства. У цьому «управлінському» значенні маркетинг одержав назву маркетингового менеджменту. Основні етапи проведення маркетингового менеджменту: аналіз ринкових можливостей підприємства, вибір цільових ринків, розробка маркетингової стратегії підприємства, а також комплексу маркетингу і програми маркетингу, реалізація маркетингових заходів, контроль та аналіз маркетингової діяльності.

Необхідність маркетингу для окремого підприємства й економіки у цілому полягає в наступному. Організації та фахівці повинні продукувати товари, ідеї, послуги, щоб існувати і розвиватися. Продаж цих продуктів потрібен для отримання прибутку та інновацій, для функціонування економіки і суспільства в цілому. Саме маркетинг визначає весь шлях товару від виробника до споживача, а також забезпечує зворотний зв'язок, що робить даний процес у декілька разів ефективнішим. Маркетинг стверджує: у досягненні своїх цілей організація повинна прагнути задовольнити потреби споживачів своїх ідей, товарів, послуг. Задоволення споживача - головний орієнтир концепції маркетингу.

Отже, можна зробити висновок, що конкурентоспроможність будь-якого підприємства напряму залежить від застосування на практиці маркетингового підходу до управління. Крім того, маркетингова концепція управління має на увазі тенденцію до децентралізації повноважень у системі управління, що, у свою чергу, забезпечує гнучкість і швидкість реакції в умовах динамічного зовнішнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Баценко Л.М., Зв'язок між структурою та стратегією розвитку організації. *Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємства: тези II Міжнародної науково-практичної конференції* (6-8 листопада 2019 р.). Житомир. 2019. С. 29-32
2. Дуляба Н., Озарчук К. Особливості формування системи управління персоналом підприємств у сучасних умовах. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 3. С. 165–170. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/39_2020_ukr/29.pdf
3. Лилик І.В. Маркетинг в Українській економіці: Монографія. Київ. Вид. КНЕУ, 2008, 237 с.

УДК 336.276

Дорош В. В. студентка; Шевченко О.М., к.е.н., доцент
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)

СВІТОВИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНИМ БОРГОМ

Найпоширенішим інструментом фінансування дефіциту бюджету є державні позики. Тенденція стрімкого зростання державного боргу охопила майже всі країни світу. Українська економіка знаходиться на низькому рівні та вимушена користуватися кредитами, оскільки перебуває в умовах війни. Невміння якісно та раціонально здійснювати процес

кредитування, через відсутність потрібного механізму його здійснення негативно впливає не лише на економіку, а і населення.

Як у розвинених країн, так і у країн, що розвиваються обсяг боргів постійно зростає. Розвинені країни виступають в ролі кредиторів світової економіки та водночас мають найбільші обсяги державного боргу. Сучасна економічна наука отожднює поняття «зовнішня заборгованість» з «зовнішнім боргом» та трактує як сумарні грошові зобов'язання країни, що підлягають поверненню зовнішнім кредиторам на певну дату. Отже, зовнішній борг – це загальна заборгованість країни за зовнішніми позиками та несплаченими за ними відсотками. Однією з основних економічних проблем світу є проблема боргових зобов'язань, вона не минула і нашу державу. Незважаючи на це, деякі країни, маючи зовнішню заборгованість, мають гарний економічний стан. Для аналізу рівня боргової безпеки економісти використовують такий критерій, як відношення загального обсягу державного боргу до ВВП [1].

Для України боргова криза стає все більшим тягарем, оскільки виникає проблема неспроможності погашення боргів. Неefективне управління заборгованістю спричиняє дефіцит державного бюджету та дефіцит платіжного балансу країни, бо запозичення проводяться з метою покриття вже існуючого бюджетного дефіциту [2].

Деякі країни, зокрема, які входять до G-7, мають державний борг, який наближається або перевищує ВВП, але ці країни є економічно стабільними. Це пояснюється ефективним механізмом управління державним боргом та високим рівнем довіри до економіки цих держав.

Розвинуті країни світи не використовують єдиного підходу до управління державним боргом, проте, виокремлюють основні моделі інституційного забезпечення такого управління [3]:

– *агентська*: окрема структура обирає найбільш оптимальні методи управління боргом. Агентство повинно дотримуватися основних напрямів боргової стратегії, встановлених урядом, і підпорядковуватися Міністерству фінансів, главі уряду, Центральному банку або казначейству (Велика Британія, Німеччина, Польща, Франція, Латвія, Нідерланди та інші);

– *банківська*: Центральний банк здійснює управління зовнішнім боргом (Мальта, Данія, Кіпр);

– *урядова*: управління державним боргом здійснює певна структура, зазвичай Міністерств фінансів чи Державне казначейство (Естонія, Литва, Україна та інші).

Аналізуючи дослідження відношення державного гарантованого боргу до ВВП різних країн світу, можна виокремити наступні приклади ефективного управління державним боргом, що допоможе Україні напрацювати власний план стабілізації економіки:

- Японія. По усім ознакам має критично великий державний борг. Переважно їх борг складається з внутрішніх позик, країна винна «собі»: власним компаніям, банкам, цільовим фондам, урядовим організаціям. Борг формується у валюті, яку контролює країна – єнах. Країна активно створює умови для інвестування власних громадян у розвиток своєї держави, що є частиною опори економіки [4].

- Сполучені Штати Америки. Мають один з найбільших світових державних боргів, але при цьому успішно розвиваються за рахунок того, що мають самостійну повноцінну грошову одиницю. США мають досвід ефективного управління облігаціями, що допомагає запобігати додатковим позикам та визначати напрямок розвитку країни. Вони експортують, імпортують, приймають інвестиції [4].

- Польща. Укладання угод про реструктуризацію зовнішнього боргу з офіційними кредиторами та комерційними банками допомогло уряду знизити заборгованість під наглядом МВФ. Спочатку відбулося списання 80% боргу, потім, шляхом конверсії боргів у спеціальні фонди ще 10%. На сьогоднішній день відсоткове відношення державного боргу до ВВП країни не перевищує встановленої межі [1].

Виокремлюють п'ять кроків до ефективного управління державним боргом [4]:

- зменшення відношення чистого державного боргу до ВВП;
- збільшення частки боргу, номінованого в гривні, у портфелі державного боргу;
- збільшення уваги до зовнішніх позик, орієнтованих на розвиток;
- оптимізація вартості та ризиків загального портфеля державного боргу;
- розвиток ринку казначейських цінних паперів.

Зважаючи на війну в Україні всі визначені рекомендації виконати неможливо. Тож із них варто виокремити ті, що стосуються розвитку ринку облігацій та орієнтування на інвестиційно-інноваційні зовнішні позики.

Проблема України не в масштабах боргу, а в темпах його зростання та здатності обслуговувати борги. За для оптимізації боргової політики в Україні повинно бути розроблено та впроваджено цілісну стратегію, яка поєднає вдосконалення нормативно-правового та інституційного забезпечення боргової політики зі створенням короткострокових і середньострокових орієнтирів управління зовнішнім боргом. За для переймання досвіду управління державним боргом, можна виокремити політику управління державним боргом провідних країн світу, яка націлена на встановлення контролю за рівнем боргу; розробленні пакетів жорстких фіскальних заходів; зменшення дефіциту державного бюджету; реалізацію пенсійної реформи. За умов сучасної боргової ситуації в Україні, дані заходи повинні мати місце і в нашій країні для поліпшення платоспроможності, що є запорукою підвищення довіри кредиторів.

Список використаних джерел

1. Кнір М.О., Плешакова О.А., Криворучко Я.В. Зарубіжний досвід управління державним боргом і перспективи його імплементації в Україні. *Бізнес Інформ*. 2019. № 12. С. 70-75.
2. Кудрицька Ж. В., Коваленко Т. В. Перспективи застосування світового досвіду щодо управління державним боргом України. *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 265-269.
3. Кончаківський І.В., Пензлик Ю.В. Світовий досвід управління державним боргом. *Вісник Львівського ун-ту. Серія Економічні науки*. 2011. №45. С. 131-137.
4. Мигаль М. Управління державним боргом: світовий досвід для України. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/02/8/696799/>

УДК 336.2

Ермоленко С.В., студентка; Шевченко О.М., к.е.н., доцент
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
 (м. Полтава, Україна)

КРАУДФАНДИНГ: СУТЬ ТА ПЕРЕВАГИ ВИКОРИСТАННЯ

Світовий досвід свідчить, що малі підприємства відіграють важливу роль в економіці держав. Адже вони найбільше надають робочих місць і саме цим забезпечують основне джерело доходу великої частки населення. В сучасному світі багато компаній постають перед труднощами одержання банківських позик та відчують брак фінансування, що заважає розвитку підприємства. Інформаційні технології, що швидко розвиваються, пропонують підприємцям широкий спектр фінансових інновацій, завдяки яким вони можуть отримувати ресурси для поточної та майбутньої ділової діяльності. На цьому тлі з'явилася концепція краудфандингу, як новий метод фінансування підприємств, що дозволяє підприємцям, які займаються комерційними, культурними або соціальними проектами, залучати фінансування від багатьох осіб, часто в обмін на майбутні продукти або акціонерний капітал.