

Виділені фактори дозволяють зосередити увагу на основних проблемах, що існують в галузі будіндустрії. Саме ці сфери потребують уваги. Для стимулювання будівництва в Україні необхідно забезпечити регулювання ціноутворення на продукцію підприємства будіндустрії. Для ринкового механізму характерні риси самонастроювання під впливом попиту і пропозиції. Але на українському ринку низька покупна спроможність, фіскальне навантаження, складна кредитно-грошова система заважає збалансуванню природного механізму.

Потрібно враховувати і глобальну тенденцію переходу до багатопольного (поліцентричного) світового співтовариства, де основою взаємодії держав та їх економік має стати регіональна інтеграція. У зв'язку з цим чітка і пріоритетна орієнтація України на інтеграцію в Європейський Союз, набуття статусу спочатку асоційованого, а згодом повноправного членства в ньому має розглядатися як основа стратегії економічного та соціального розвитку нашої держави на наступні десять років і більш віддалену перспективу.

Саме тому основними напрямками трансформації будівельної галузі можна виділити:

- удосконалення системи страхування ризиків будівництва, що зміцнить систему фінансування;
- удосконалення грошової політики та іпотечного кредитування;
- трансформування бюджетного субсидування, антимонопольного законодавства;
- удосконалення норм та стандартів формування вартості будівельної продукції;
- створення науково-дослідних та виробничих кластерів будіндустрії, що дозволить впроваджувати інновації в виробничий процес швидше.

Реалізація зазначених напрямків здійснюється через організаційно-економічний механізм, який, поєднуючи ринкове саморегулювання, заходи фіскальної, митної, грошово-кредитної та антимонопольної політики має забезпечити оптимальну вартість будівництва.

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ КУЛЬТУРИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У СФЕРУ

*Копил О.В.
аспірант,*

Дніпровський державний технічний університет

Сфера культури має величезні можливості для експериментів, прогнозування тенденцій та вивчення моделей соціальних та економічних інновацій, що обумовлює здатність розвитку підприємницької діяльності у сфері.

В умовах ринкової економіки надзвичайно важливим для закладів у сфері

культури є можливість здійснення підприємницької діяльності, пропонуючи споживачеві культурні товари та послуги, які здатні задовільнити його попит. Саме тому міста та регіони є перспективними майданчиками для розвитку культури завдяки більшій місцевій автономії та їх близькості до потреб населення, котре проживає в даному місці або регіоні. Як наслідок більший потенціал для розвитку та створення продукту або послуги, яка буде користуватися попитом.

Здійснення підприємницької діяльності закладами культури має певні особливості, які можна пояснити сектором в якому здійснює свою діяльність заклад культури та тим фактом чи є організація прибутковою чи неприбутковою. Заклади, які здійснюють свою діяльність у сфері культури є здебільшого не комерційними установами. Основними джерелами їх фінансування виступають кошти державного та/або місцевих бюджетів, благодійні внески, кошти від меценатської діяльності.

Проте зважаючи на факт фінансування сфери за «залишковим принципом», обмеженість бюджетного ресурсу, а також недосконалість законодавчої бази щодо ведення меценатської діяльності в Україні, яка унеможлиблює отримання певних податкових пільг для меценатів, хоча дана практика є досить поширеною в світі. Заклади культури є зацікавленими в здійсненні комерційної діяльності, а відповідно і збільшенні джерел фінансування.

Враховуючи той, факт, що відповідно до Закону України «Про інвестиційну діяльність» інвестиціями визначаються всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (доход) та/або досягається соціальний та екологічний ефект [1], інвестор заінтересований в тому аби заклад створював культурний продукт або послугу, яка б користувалася попитом серед споживачів. Тобто здійснення підприємницької діяльності закладами культури надає їм можливість залучати інвестиції від потенційних інвесторів.

Таким чином в здійсненні інвестиційної діяльності можуть бути заінтересовані як юридичні, так і фізичні особи не залежно від фінансових можливостей, маючи на меті збільшити свій капітал. В свою чергу розвиток підприємницької діяльності у сфері культури може слугувати і майданчиком для залучення інвестицій в країну.

Культура є могутнім рушієм для підвищення економічної активності. Міста, які інвестують у культуру, можуть отримати значні нагороди, створюючи більше робочих місць та розвиваючи людський капітал. Так за офіційними даними культурні і креативні індустрії:

- складають 4,5% світового внутрішнього валового продукту з прогнозованим приростом у 10% щороку.

- надають робочі місця 8,3 мільйонам громадян Європейського Союзу і забезпечують сукупний прибуток у 558 мільярдів євро [2].

Проте слід розуміти, що на даному етапі розвитку України, ефективно

стимулювання підприємницької діяльності у сфері культури можливе лише за рахунок підтримки з боку держави та повинно здійснюватися за рахунок запровадження податкових пільг, цільових трансфертів на розвиток та пільгових кредитів.

Основними напрямками роботи для покращення умов ведення підприємницької діяльності у сфері культури, а відповідно і збільшення інвестицій та розширення джерел фінансування сфери, можуть стати:

- звільнення сплати податку з прибутку, отриманого від підприємницької діяльності, якщо вона повністю йде на зміцнення матеріально-технічної бази закладу;

- застосування зниженої ставки податку на прибуток;

- розширення можливостей для пільгового кредитування.

Таким чином створення умов для здійснення підприємницької діяльності у сфері культури повинно мати підтримку з боку держави, що призведе до:

- підвищення інтересу у керівників закладів культури до подальшого розвитку установи;

- збільшення суб'єктів господарювання, які здійснюють свою діяльність у сфері культури;

- підвищення інтересу інвесторів до вкладання капіталу у сферу культури.

Література:

1. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18.09.1991 р. № 1560-XII. Дата оновлення: 20.10.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text> (дата звернення: 05.10.20).

2. Культура має значення. URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/page/culture-matters> (дата звернення: 05.10.20).

3. Про культуру: Закон України від 14.12.2010 р. № 2778-VI. Дата оновлення: 16.07.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text> (дата звернення: 05.10.20).

ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ ВІДНОСИН У КАНАЛАХ РОЗПОДІЛУ

Кушнір Т.М., к.е.н., доцент

Львівський національний університет імені Івана Франка

В сучасних умовах розвитку маркетингового управління спостерігається перехід до концепції маркетингу відносин (маркетингу взаємодії, маркетингу взаємовідносин, маркетингу партнерських відносин, маркетингу довіри тощо). В загальному розумінні маркетинг відносин орієнтований на встановлення довготривалих взаємовідносин з іншими учасниками маркетингового процесу на взаємовигідних умовах.

Сьогодні маркетинг відносин є одним з найперспективніших шляхів