

мування універсальних (базових) класифікаторів функцій і завдань, а також встановлені контури архітектури проектування інформаційних систем управління, зорінтованих на ринок.

3. Запропонований підхід щодо уточнення понять “специфічна функція маркетингу”, “функціональний комплекс завдань маркетингу”, “завдання маркетингу”, який може бути залучений проектувальниками при формуванні адаптивних маркетингових структур в соціально-економічних системах в період реформування економіки.

### Література

1. Баркин Д.И. Практический маркетинг: Управляем фирмой в условиях рынка – маркетинг ключ к успеху. – Ленинград: ЛНПФ «Аквилон», 1991.- 48 с.

2. Завьялов П.С., Демидов В.Е. Формула успеха: маркетинг / сто вопросов – сто ответов о том, как эффективно действовать на внешнем рынке. - 2-е изд. перер и доп.- М.: Междунар. Отнш., 1991.- 416 с.

3. Как создать службу маркетинга на предприятии: Практическое пособие / Составители Дараховский И.С., Черноиванов И.П.- Киневен: Штиинца, 1992.- 146 с.

4. Карлоф Б. Деловая стратегия: пер. с англ. /Науч. ред. и авт. послесловия В.А.Приписнов.- М.: Экономика, 1991.- 239 с.

5. Лебедев О.Т., Филипова Т.Ю. Основы маркетинга /Учеб. пособ. Изд. 2-е доп.- СПб.: ИД «МиМ». 1997.- 224 с.

6. Лесюк О., Устенко А. Класифікація функцій господарювання //Вісник ТАНГ, 2000.- №7.- С. 42-48

7. Маркетинг: Учебник / А.М.Романов, Ю.Ю.Колюгов, С.А.Красильников и др.; Под ред. А.Н.Романова.- М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995.- 560 с.

8. Ноздрева Р.Б., Цыгичко Л.И. Маркетинг: как побеждать на рынке.- М.: Финансы и статистика, 1991.- 304 с.

9. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2-е изд. – К.; М.; СПб: Издат. Дом. «Вильямс», 1998.- 1056 с.

УДК: 338.24. + 658.8

## ДО МЕТОДИКИ РОЗРАХУНКУ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ЦІНИ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ

І.Б.Галюк

ІФНТУНГ, 76019, Карпатська, 15, тел.(03422) 4-93-58

*Рассмотрены особенности экономической оценки инноваций, основанной на определении эффективности новой продукции. Представлены факторы, влияющие на уровень цены продукции инновационного назначения, в частности на продукцию технопарковых структур.*

Основою динамічного розвитку виробничих потужностей та передумовою загального прогресу держави є активізація інноваційних процесів, від яких сьогодні залежить конкурентоспроможність та стійкість промислових підприємств.

Спонукальним механізмом розвитку інновацій в першу чергу є ринкова конкуренція, в яку поступово включаються і виробничо-фінансові системи України. В результаті використання застарілої техніки та технології і виробники, і споживачі зазнають збитків. Це стає причиною пошуку нових резервів росту

*The peculiarities of economical estimate of innovations, which is based on appointment the efficiency of new products, are considered. The factors, which influence on the price level of innovation products, specifically products of the technoparking structures, are representated.*

техніко-організаційного рівня виробництва шляхом розробки та реалізації нововведень в технічній, фінансовій та науково-дослідницькій сферах. Підприємства, які першими освоюють ефективні інновації, мають можливість знижувати витрати виробництва і відповідно вартість реалізованих товарів. Наслідком цього стає зміцнення їхніх позицій у конкурентній боротьбі за ринки збуту.

Недаремно ще в середині ХХ століття П.Дракер [1] сказав: “Завдання підприємців – реформувати і революціонізувати спосіб виробництва шляхом впровадження винаходів, а в більш загальному значенні - через використання нових технологій для виробництва нових то-

варів або існуючих товарів, але новим методом, завдяки відкриттю нового джерела сировини чи нового ринку готової продукції – аж до реорганізації існуючої і створення нової галузі промисловості”.

Від ступеня освоєння методів інноваційної діяльності сьогодні і в майбутньому залежить практичне вирішення розвитку ринкових відносин. Необхідно розуміти, що не інновації самі по собі виступають специфічним інструментом підприємництва, а чітко спрямований організаційний пошук нововведень, постійне націлення на них підприємницьких структур.

Генератором та реалізатором інноваційних ідей є технопаркові структури, основним завданням яких є забезпечення неперервного інноваційного циклу шляхом комерціалізації результатів науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт. Оскільки технопарки включають до свого складу вищий навчальний заклад, виробничу, навчальну та соціокультурну зони, то можна з впевненістю говорити про високий науковий рівень розробок та належне функціональне забезпечення інноваційного процесу. Тому пропонуємо приділити увагу принципам ефективності та питанням ціноутворення на продукцію, яка є результатом інноваційної діяльності підприємств, зокрема, результатом діяльності технопарку.

При розгляді інноваційної діяльності на підприємстві, насамперед, необхідно врахувати, що організація – це система, яка має “вхід” та “вихід”. При цьому продукт, який отримується на “виході” системи-виробника в результаті інноваційного процесу, є одночасно “входом” для іншої системи. Тому, чим вища якість виробленого продукту, чим кращі його технічні та економічні характеристики, тим ефективнішим буде його використання на “виході” наступної систем.

Задля досягнення максимальних позитивних результатів стосовно нового товару можна вдатися до різних заходів. І, якщо ми вже почали розгляд підприємства як системи, то продовжимо її вивчення і як об’єкта інноваційної діяльності.

Як відомо, “вхід” кожної системи з точки зору виробництва – це сировина, матеріали, комплектуючі вироби. Підвищення якості цих складових веде до покращання якості кінцевого продукту. Таким чином, виробник є у вигравші за рахунок зменшення кількості відмов, обсягу браку, підвищення якості виробленої продукції і відповідно покращання репутації самої організації. Споживач отримує в цьому випадку вигравші за рахунок якісного “входу” і відповідно

поліпшення параметрів роботи придбаного обладнання.

Економічний ефект даного заходу може бути розрахований за формулою[2]

$$E_{ex} = \sum_{t=1}^T [-\Delta C_{ext} + \Delta C_{cnt} + (U_{nt} - U_{ct})] N_t - Z_{ex} \quad (1)$$

де:  $E_{ex}$  – очікуваний економічний ефект розробки і реалізації заходу з придбання більш якісних сировини, матеріалів та комплектуючих виробів за термін проведення заходу;  $\Delta C_{ext}$  – перевитрата через зростання собівартості одиниці товару в році  $t$  за рахунок придбання більш якісних сировини, матеріалів та комплектуючих виробів (знак “-” показує додаткові витрати на покращання якості “входу”);  $\Delta C_{cnt}$  – зниження собівартості одиниці товару в році  $t$  за рахунок підвищення якості процесу при використанні якісного “входу”;  $U_{nt}$  – прогноз ціни нового товару в  $t$  році;  $U_{ct}$  – прогноз ціни старого товару в  $t$  році;  $N_t$  – прогноз обсягу випуску даного товару в  $t$  році, в натуральних одиницях виміру;  $Z_{ex}$  – одноразові витрати на підвищення якості “входу”.

Високий рівень якості “виходу” може забезпечуватись використанням нових чи удосконалених технологій виробництва. При цьому вигоди виробника полягають у підвищенні якості кінцевого продукту та удосконаленні самого процесу виробництва. Для споживача даний захід забезпечує більш повне задоволення потреб або можливість випуску продукції на якісно новому рівні чи у більшій кількості.

Математично ефект від запровадження даного заходу можна розрахувати таким чином[2]:

$$E_m = \sum_{i=1}^n \sum_{t=1}^T (U_{it} - C_{it} - W_{it}) N_{it} - \sum_{t_{вл}=1}^{T_{вл}} Z_{np,t} \quad (2)$$

де:  $E_m$  – очікуваний економічний ефект розробки та впровадження заходів з підвищення якості процесів в системі за термін дії заходу ( $T$ );  $i = 1, 2, \dots, n$  – кількість найменувань товарів, що випускаються фірмою та на які розповсюджується даний захід;  $U_{it}$  – прогноз ціни товару в році  $t$ ;  $C_{it}$  – прогноз собівартості одиниці товару в році  $t$ ;  $W_{it}$  – прогноз податків на одиницю даного товару в році  $t$ ;  $N_{it}$  – прогноз об’єму випуску товару в році  $t$ ;  $t_{вл} = 1, 2, \dots, T_{вл}$  – рік вкладення інвестицій в захід щодо підвищення якості процесів в системі;  $Z_{np,t}$  – одноразові витрати на підвищення якості процесів в році  $t_{вл}$ .

Як правило, розробка і використання виробів підвищеної якості веде до виникнення супутних ефектів: екологічного, соціального і

т.д. Тому для розрахунку економічного ефекту від розробки і використання заходів з підвищення якості товару необхідно враховувати величину супутних ефектів[2]

$$E_{як} = \sum_{t=1}^T (C_t - C_t - W_t) * N_t + \sum_{t_c=1}^{T_c} E_{сумt} - \sum_{t_{ва}=1}^{T_{ва}} Z_{kt}, \quad (3)$$

де:  $E_{як}$  – очікуваний економічний ефект підвищення якості товару за нормативний термін його служби;  $t_c = 1, 2, \dots, T_c$  – термін дії заходів з покращення екологічних та соціальних показників зовнішнього середовища;  $E_{сумt}$  – супутний екологічний або соціальний ефект у грошовому виразі від використання товарів підвищеної якості;  $Z_{km}$  – одноразові витрати на підвищення якості товару, включаючи затрати на ліквідацію елементів основних виробничих фондів в зв'язку з освоєнням та впровадженням нового товару.

У вищенаведених формулах розрахунку ефекту недаремно виділено величину податків в окремий показник. Розмір даного показника прямо впливає на величину ефекту. Акцентуємо увагу на цьому моменті через специфіку оподаткування продукції технопарків. Законодавчо обумовлено про можливість пільгового оподаткування діяльності технопарків (50% податку на додану вартість по операціях продажу товарів, пов'язаних з виконанням інноваційних проектів, 50% податку на прибуток, отриманого від виконання цих проектів залишаються у розпорядженні платника податку, зараховується на його спеціальний рахунок і використовується ним виключно на фінансування інноваційної, науково-технічної діяльності і розширення власних науково-технологічних і дослідно-експериментальних баз). Законом України „Про спеціальний режим інвестування та інноваційної діяльності технологічних парків”[3] запроваджено такий механізм стягнення податків: вся нарахована сума податків не відраховується у бюджет, а зараховується на спеціальний рахунок парку і використовується на фінансування його діяльності.

Таким чином, із врахуванням пільгового оподаткування на продукцію технопарку величина отриманого ефекту від інноваційної розробки може бути збільшена на величину  $W_{it} \times N_t$ . Одночасно із збільшенням розміру ефекту отримуємо додаткове внутрішнє джерело фінансування інноваційних проектів.

Отже, використання пільгового оподаткування на продукцію технопаркових структур веде до зростання ефекту та підвищення конкурентоспроможності даної продукції на ринку,

що є важливим фактором в процесі комерціалізації результатів інноваційної діяльності.

Із наведених вище формул бачимо, що кожен захід, до якого вдається виробник нової продукції, має безпосередній вплив на ефективність діяльності споживача даного товару. Тому ефект від виробництва і споживання результатів інноваційної діяльності ( $E_{сук}$ ) може бути визначений як сума ефектів виробництва ( $E_{вир}$ ) та споживання ( $E_{сп}$ ) нового товару

$$E_{сук} = E_{вир} + E_{сп}. \quad (4)$$

Доречно зауважити також і про народногосподарський вплив інноваційних процесів, який полягає у використанні інноваційного потенціалу на підприємстві-виробнику (близько 30% потенціалу) та у впливі на результати роботи інших підприємств – споживачів інноваційної продукції.

Економічний потенціал результату інноваційної діяльності в сфері використання визначається за формулою[4]

$$E_{ном} = \sum_{i=1}^n [(Z_{cm} - S - C_{ни}(e_i + A)] * N_i * [t - (i - 1)] - Z_{n-m} \quad (5)$$

де  $Z_{cm}$  – приведені витрати на одиницю продукції у споживача при експлуатації старої техніки. Розрахунок проводиться згідно з формулами приведених витрат[5]

$$Z_{cm} = C + E_n K;$$

$C$  – собівартість одиниці продукції, виготовленої при використанні старої техніки;  $E_n$  – нормативний коефіцієнт ефективності капітальних вкладень;  $K$  – питомі капітальні вкладення на одиницю продукції за старим варіантом техніки;  $S$  – затрати на виготовлення одиниці продукції при експлуатації нової техніки (за мінусом амортизаційних відрахувань);  $C_{ни}$  – ціна нової техніки на  $i$ -му році випуску;  $e_i$  – норматив ефективності нової техніки на  $i$ -му році випуску, що враховує моральне старіння;  $A$  – норма амортизації на реновацію нової техніки;  $N_i$  – кількість одиниць виготовленої нової техніки в  $i$ -му році;  $t$  – термін ефективної діяльності нових засобів праці;  $n$  – рік випуску засобів праці;  $Z_{n-m}$  – витрати на науково-технічну розробку.

Як видно із формули, чим більша економія в народному господарстві отримана в результаті використання нової техніки, тим більшим є економічний потенціал даної розробки. Розрахунки перерахованих видів ефектів необхідні не лише для визначення ефективності науково-технічної розробки. Оскільки поява нової техніки веде до виникнення позитивних ефектів

як у виробника, так і у споживача, то величина сумарного потенційного ефекту впливає на рівень ціни на новий виріб. Велика кількість факторів, що визначають розмір ціни, пов'язана із затратами на розробку і виробництво науково-технічного продукту та із споживчими властивостями. І вже, виходячи із того, якому з факторів надається перевага, можна виділити три форми ціноутворення на товар інноваційного характеру, які базуються:

1) на ефекті; 2) на затратах; 3) компромісна.

В першому випадку ціна науково-технічних результатів пов'язана із ефектами, отриманими від їх використання. Ефект інноваційної діяльності є багатоаспектним. Умовно виділяють науково-технічний, соціальний та економічний ефекти, які дають комплексну оцінку ефективності інноваційної діяльності.

Ефективність нововведення безпосередньо визначається їх конкретною здатністю зберегти відповідну кількість праці, часу, ресурсів та грошей в розрахунку на одиницю всіх необхідних і передбачуваних ефектів створюваних продуктів, технічних систем, структур.

Таким чином, величина вартості товару-інновації визначається із врахування таких факторів:

- збереження трудових, матеріальних та природних ресурсів;
- збільшення виробництва засобів виробництва, предметів споживання і послуг, які отримують вартісну оцінку;
- сума суспільної економії праці та ресурсів, яка була отримана в результаті використання науково-технічної продукції у її споживачів. Слід зауважити, що багато проявів соціального ефекту, наприклад, покращання здоров'я, задоволення естетичних запитів тощо, неможливо виміряти прямо у кількісних показниках. В цьому випадку слід застосовувати спеціально розроблені методики;
- величина праці, яка заміщується в суспільстві при реалізації і використанні науково-технічного продукту.

Дана форма ціноутворення передбачає формування величини ціни не в період виробництва, а в період споживання результатів науково-технічної праці, коли вже прослідковується прояв усіх видів ефекту.

Основною особливістю встановленої ціни є відображення суспільної значимості результату наукової праці (на протипагу традиційному підходу, коли ціна знань визначається затратами праці на їх отримання).

Друга форма ціноутворення не є оціночним показником наукового результату, а базується тільки на затратах, які необхідні для процесу створення і виробництва науково-технічного продукту. У цьому випадку підприємство-виробник керується лише прагненням покрити прямі витрати і отримати заплановану величину прибутку.

Третя форма ціноутворення передбачає компроміс між цінами, які базуються на ефекті та на витратах. Бажаний рівень цін досягається шляхом сумування затрат на розробку науково-технічної продукції та прибутком, який розраховується як визначений процент від очікуваного економічного ефекту внаслідок використання результатів науково-технічної праці.

У цьому випадку встановлений рівень ціни є стимулом для найкращого та ефективного використання ресурсів в процесі виробництва.

В кожному випадку виробник повинен визначити максимальний і мінімальний рівень ціни товару. Цей момент є важливим не лише на етапі продажу, але й для можливості подальшого регулювання ціни, враховуючи зміни кон'юнктури ринку, морального старіння виробу, тенденції попиту та зміну величини затрат (рис. 1).

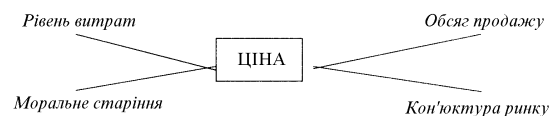


Рисунок 1 - Фактори формування ціни на інноваційний товар

Для розрахунку максимального рівня ціни пропонуємо використати таку формулу[2]:

$$C_{\max} = E_3 * Z_n * I_{\text{спож}}, \quad (6)$$

де:  $C_{\max}$  – максимальний рівень ціни нового товару;  $E_3$  – корисний ефект нового виробу, розрахований за нормативний термін служби;  $Z_n$  – норматив затрат на виробництво нового виробу на одиницю корисного ефекту;

$$Z_n = \frac{C_b}{P_b}, \quad (7)$$

де:  $C_b$  – ціна взірця;  $P_b$  – корисний ефект взірця;  $I_{\text{спож}}$  – індекс зменшення витрат у споживача;

$$I_{\text{спож}} = \frac{Z_{\text{спож.б}}}{Z_{\text{спож.н}}}, \quad (8)$$

де:  $Z_{\text{спож.б}}$  – затрати на використання взірця за термін служби;  $Z_{\text{спож.н}}$  – затрати на використання нового виробу за термін служби.

Мінімальний рівень ціни базується виключно на затратах

$$C_{\min} = \frac{Z_{\text{пост}} + Z_{\text{змін}} * N}{N}, \quad (9)$$

де:  $Z_{\text{пост}}$  – постійні витрати на весь обсяг виробництва;  $Z_{\text{змін}}$  – змінні витрати на одиницю нової продукції;  $N$  – кількість виробленої нової продукції.

Оптимальний рівень ціни знаходиться в межах

$$C_{\min} \leq C_{\text{опт}} \leq C_{\max}. \quad (10)$$

Оскільки встановлений рівень ціни повинен бути прийнятний як для виробника, так і для споживача, то розрахунок ціни пропонується проводити таким чином:

$$C = C(1+r+e), \quad (11)$$

де:  $C$  – собівартість виробу;  $r$  – коефіцієнт рентабельності нового виробу;  $e$  – процент від суми економічного ефекту від використання нової техніки.

Формулу (13) можна записати у вигляді

$$C = C + P_p + P_e, \quad (12)$$

де:  $P_p$  – прибуток, визначений на основі встановленого коефіцієнту рентабельності нового;  $P_e$  – прибуток, визначений на основі ефекту нової продукції у споживача.

Повертаючись до питання оподаткування інноваційної продукції, пропонуємо у формулі (12) окремо виділити величину податків у показнику ціни

$$C = C + W + P_p + P_e. \quad (13)$$

Бачимо, що система пільгового оподаткування результатів інноваційної діяльності може вагомо вплинути на процес коригування ціни. 50- або 100-відсоткове звільнення від оподаткування дає змогу суттєво знизити рівень ціни, що є важливо на момент виходу нової продукції на ринок. Таким чином, система пільгового оподаткування дає не лише фінансову користь, але й сприяє веденню маркетингової політики виходу товару-новинки на ринок.

Задля можливості коригування ціни нового виробу, враховуючи ефект у споживача, пропонуємо величину цього ефекту розраховувати таким чином:

$$E_{cn\ i} = Z_{cr} - S - C_{ni}(e_i + A). \quad (14)$$

Саме показник  $e_i$  дає можливість регулювати ціну виробу по мірі морального старіння техніки. Ціна в цьому випадку визначається за формулою

$$C_{cn} = \frac{Z_{cm} - S}{\frac{E_{cn}}{C} + e_i + A}. \quad (15)$$

Для споживача оптимальною є ситуація, при якій відношення  $\frac{E_{cn}}{C}$  є величиною сталою.

Тобто, величина отриманого ефекту в результаті використання нової техніки повинна бути співвідносною із ціною цієї техніки. В результаті морального старіння обладнання величина економічного ефекту знижується, ціна техніки відповідно теж повинна бути зменшена. Тому відношення  $E_{cn}/C$  можна подати як один показник  $a$ , який визначає рейтинг інновації для підприємства-споживача. В такому випадку формула (16) може бути записана таким чином:

$$C_{cn} = \frac{Z_{cm} - Z_n}{a + e_i + A}. \quad (16)$$

Слід зазначити, що дана формула дає можливість визначити рівень ціни нової техніки найбільш прийнятний для споживача. Природно, що в умовах альтернативи вибору споживач буде орієнтуватись на продукцію із більшим рейтингом, оскільки в цьому випадку на одиницю затрачених коштів отримується більша величина ефекту, а отже, і прибутку.

При застосуванні пільгового оподаткування на інноваційну продукцію величина ціни може бути зменшена на розмір пільгового оподаткування. Таким чином, рейтинг нового товару автоматично буде підвищений

$$\alpha = E_{cn} / (C - W^n). \quad (17)$$

Визначивши рівень ціни за формулами (11) та (16), підприємство-виробник може вибрати оптимальний рівень ціни, враховуючи такі співвідношення:

$C > C_{cn}$  - запропонований рівень ціни виробником не задовольнить споживача щодо показника невідповідності технічних та цінових показників. Виробнику необхідно переглянути запропонований рівень ціни в бік зменшення.

$C \approx C_{cn}$  - оптимальний варіант рівня ціни, який прийнятний для виробника і споживача нової продукції.

$C < C_{cn}$  - рівень ціни, запропонований виробником, є занижений, враховуючи потенційні можливості інновації та величину ефекту, який отримується в споживача. В цьому випадку ціна може залишатись незмінною або ж змінена в бік збільшення, оскільки споживач погоджується на високий рівень ціни з огляду на величину отриманого ефекту.

Із сказаного вище можна зробити висновок про складність системи визначення ефективності інновації та встановлення ціни на основі виникаючих ефектів в результаті виготовлення та використання нового товару. Особливістю

даної методики є одночасне врахування двох найбільш важливих факторів: ефекту від використання нової техніки та ціни на неї. Слід зазначити, що саме ця особливість полегшує процедуру визначення ціни на товар-новинку в будь-який момент часу її виготовлення із врахуванням фактора морального старіння виробу та коефіцієнта важливості даної інновації для споживача нової техніки. Для технопаркових структур система пільгового оподаткування несе низку переваг в процесі визначення ефекту та встановлення ціни на новий товар. Одночасно отримується можливість гнучкішого коригування ціни, наочної демонстрації переваг інноваційної продукції на прикладі отримуваних ефектів, можливість підвищення рейтингу товару-новинки для споживача, а також отримання додаткового джерела фінансування науково-технічних розробок. Дана методика дає можливість коригувати рівень ціни під впливом перелічених факторів із максимальним рівнем задоволення інтересів виробника та споживача продукції і, на нашу думку, є оптимальним варіантом вирішення проблеми встановлення договірної ціни на товар-новинку. Автор не наполягає на твердженні, що тільки даний варіант

цінової політики є можливий для застосування при визначенні рівня ціни на науково-технічну продукцію. Подана модель ціноутворення лише доповнює існуючі методики і, на думку автора, дає можливість підприємствам-виробникам науково-технічної продукції обирати власну цінову стратегію із більшої кількості можливих варіантів.

### Література

1. Дракер П. Як забезпечити успіх у бізнесі: новаторство і підприємництво: Пер. з англ.-Київ: Україна, 1994. - 319с.
2. Фатхудинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник, -М:ЗАО"Бизнес-школа"Интел-Синтез", 2000. - 624с.
3. Закон України "Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків "Півпровідникові технології і матеріали, оптоелектроніка та сенсорна техніка", "Інститут електрозварки ім.Е. Патона", "Інститут монокристалів".
4. Фостер Р. Обновление производства: атакующие выигрывают: Пер. с англ.-М.:Прогресс, 1987, - 272с.
5. Загородний А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. Фінансовий словник. - Львів: Центр Європи, 1997. - 576с.

УДК 330.15:(553.981+553.982)

## РЕСУРСИ НАФТОВИДОБУТКУ УКРАЇНИ І ЕФЕКТИВНІСТЬ ЇХ ВИКОРИСТАННЯ

У. Я. Витвицька

ІФНТУНГ, 76019, Івано-Франківськ, Карпатська, 15, тел. (03422) 42308,  
e-mail: finexpert@itc.if.ua

*Рассматриваются ресурсы нефтедобычи по нефтегазоносным регионам Украины. Проведен анализ разработки основных нефтяных месторождений. Установлено, что, несмотря на длительный период эксплуатации и внедрение методов интенсификации, уровень извлечения нефти из залежей низкий. Более эффективное извлечение нефти путем внедрения геолого-технических проектов является мощным резервом наращивания нефтедобычи в Украине.*

На території України виявлено понад 300 родовищ нафти і газу, які зосереджені в трьох нафтогазоносних регіонах: Західному (Передкарпатський прогин), Східному (Дніпровсько-Донецька западина) та Південному (Причорно-

*Resources of oil exploration of oil-and-gas-bearing regions are considered. Analysis of development of main oil fields has been realized. In spite of long period of exploration and intensification methods inculcation the level of oil extraction from pools is low. The powerful reserve of increasing of oil exploration in the Ukraine is more efficient oil extraction provided by realization of geological and technical projects.*

морська западина і акваторія Чорного та Азовського морів). Родовища цих регіонів відрізняються геологічною будовою, умовами поширення та властивостями вуглеводнів. Неоднаковими є і їх потенційні можливості. Найбільшим за кількістю відкритих родовищ, величиною розвіданих запасів і потенційних ресурсів,