

Дети также являются активными участниками социально-коммуникативных процессов. Кроме этого они являются будущими покупателями и потребителями. Поэтому завоевать их доверие и лояльность – очень правильная долгосрочная стратегия. В США на сегодняшний день 75% детей имеют постоянный доступ к мобильным устройствам. Наши страны также находятся в этой тенденции [2].

Перед совершением покупки 65% потребителей проверяют цены в прайс-навигаторе. И если продукция стандартная, а вы торговый посредник, то клиент купит у того, у кого дешевле. Поэтому присутствие в прайс-навигаторах также одно из обязательных условий современного успешного бизнеса.

Предприниматели, отрицающие новую сетевую информационно-коммуникативную реальность, остаются на обочине рынка и теряют свой бизнес.

#### **Список использованных источников**

1. Казаков М. Ю. Социально-коммуникативные основы формирования социальной солидарности в сетевом (со)обществе : дис. на соискание ученой степени канд. филос. наук : 09.00.11 / М. Ю. Казаков. – Нижний Новгород, 2014. – 91 с.

2. 10 горячих ниш для старта бизнеса в 2017 году [Электронный ресурс] : аналитическая статья // Обзор от GoldCoach. – Режим доступа : [http://goldcoach.ru/10\\_hot\\_niches\\_v2/](http://goldcoach.ru/10_hot_niches_v2/) – Загл. с экрана.

**О.В. Нестеренко**, асп. (ОНПУ, Одеса)

### **ПРОЕКТНЕ ФІНАНСУВАННЯ ЯК ФОРМА ІНВЕСТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ**

Одним із способів фінансування реальних інвестицій є проектне фінансування, що проявило себе як доволі перспективну форму залучення коштів для фінансування інноваційних проєктів у розвинутих країнах. Проектним фінансуванням (Project financing) називають систему відносин між учасниками угоди (банками, інвестиційними фондами, спеціалізованими фінансовими компаніями, міжнародними фінансовими організаціями тощо) у процесі здійснення комплексу взаємопов'язаних заходів із приводу без заставного, інтегрованого фінансування, організації та управління інвестиційними проєктами на партнерських умовах з цільовою орієнтацією на грошові потоки, отримані виключно в результаті реалізації проєкту [1]. Відмінною рисою цього способу фінансування є можливість суміщення різних видів капіталу: банківського, комерційного,

державного, міжнародного. На відміну від стандартного банківського кредитування може бути здійснений перерозподіл ризику між учасниками інноваційного проекту [2]. Провідну роль на ринках проектного фінансування відіграють комерційні банки, більшість із них створюють спеціалізовані відділи, які займаються угодами проектного фінансування. Великі відділи можуть бути розділені на команди по окремих секторах ринку (енергетика, інфраструктура, телекомунікації тощо). Такий підхід гарантує ефективне використання ресурсів, обмін ідеями та технологіями в ході реалізації різних між собою проектів [1].

Як джерела фінансування можуть залучатися кошти міжнародних фінансових ринків, спеціалізованих агентств експортних кредитів, фінансових, інвестиційних, лізингових і страхових компаній, довгострокові кредити Міжнародного банку реконструкції та розвитку (МБРР), провідних світових інвестиційних банків [2]. На вітчизняному банківському ринку найбільш активними банками за пропозицією проектного фінансування є: «Укресімбанк», «Райффайзен Банк Аваль», «Альфа-банк», «Укрсоцбанк», ОРТ Банк, «УкрСиббанк» [1].

Проектне фінансування має такі переваги для підприємства:

- головним аспектом для отримання проектного фінансування є сам проект, а на другому плані – платоспроможність позичальника;
- відсоткова ставка значно нижча ніж у стандартному банківському кредитуванні;
- відсутність додаткових застав, що не фігурують в самому проекті;
- розподілення ризиків і прибутку від участі в інвестиційному проекті ефективніше, ніж традиційне кредитування.

Недоліком проектного фінансування є високі транзакційні витрати, що є наслідком більш складної підготовчої стадії, а також вартість проектного фінансування вище вартості традиційного кредиту.

На відміну від традиційних кредитних угод, проектне фінансування є більш ризикованим внаслідок неможливості отримання реальної застави на інвестиційну фазу проекту. Основними ризиками є економічний ризик (неможливість реалізації продукції проекту за ціною, що покриває всі його витрати з обслуговування боргу); політичні ризики, юридичні ризики (дозволи на будівництво, оформлення земельної ділянки, ліцензії оформлюються вже після початку будівництва); відкладання строків введення об'єкта в експлуатацію, підвищення цін на сировину та матеріали, перевищення кошторису будівництва.

Щоб зменшити ризики у проектному фінансуванні банки використовують схему пайової участі організатора проекту або залучення інших банків для фінансування (утворюючи синдикат) для

розподілу ризиків рівномірно між усіма учасниками проекту, а також організують страхування професійної відповідальності, будівель, підприємницьких і фінансових ризиків.

Основними вимогами для позичальника з метою отримати інвестиційний кредит є стабільний фінансовий стан, досвід залучення і реалізації подібного виду фінансування в минулому, а також відповідної кваліфікації персоналу, участь власними коштами не менше 25%, позитивна кредитна історія та платоспроможність [3].

Перешкоджає розвиткові проектного фінансування в Україні, перш за все, несприятливий для залучення капіталу інвестиційний клімат, а банки не розголошують умови своєї участі у проектах, що свідчить про незрілість цього сегмента ринку банківських послуг, і, відповідно, негативно впливає на його розвиток. Отже, проектне фінансування можуть дозволити собі лише великі банки, які мають вихід на ринок зовнішніх запозичень, банки зі значною часткою іноземного капіталу, а також філії іноземних банків, які одержують довгострокове рефінансування від материнських структур [4].

#### Список використаних джерел

1. Сопільняк А. В. Проектне фінансування: проблеми і перспективи розвитку в Україні / А. В. Сопільняк // Молодий вчений. – 2015. – № 2 (17). – С. 70–74.
2. Игонина Л. Л. Инвестиции : учеб. пособие / Л. Л. Игонина. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 478 с.
3. Матичак Т. Проектне фінансування в Україні: умови, переваги, ризики та перспективи, 2007 [Електроний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.bankchart.com.ua/krediti/statti/proektne\\_finansuvannya\\_v\\_ukrayini\\_umovi\\_perevagi\\_riziki\\_ta\\_perspektivi](http://www.bankchart.com.ua/krediti/statti/proektne_finansuvannya_v_ukrayini_umovi_perevagi_riziki_ta_perspektivi)
4. Юнко О. М. Банківське проектне фінансування в Україні: проблеми, реалії і перспективи розвитку / О. М. Юнко // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2014. – № 1 (19). – С. 121–125.

**К.С. Олініченко**, канд. екон. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

### **ВИКОРИСТАННЯ КОРИСТУВАЛЬНИЦЬКОГО КОНТЕНТУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ТА ВПІЗНАВАНOSTІ БРЕНДУ**

Якщо у підприємства або окремого його підрозділу немає величезного бюджету і воно не може дозволити собі витратити час і гроші на створення та підтримку всього власного контенту у соцмережах, треба використовувати так званий користувальницький