



КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ
БІЗНЕСУ та ТЕХНОЛОГІЙ

ВІСНИК

№3(28)2015



**КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ
БІЗНЕСУ та ТЕХНОЛОГІЙ**
04078, м. Київ,
вул. Білицька, 41/43
(044) 430 15 77, 353 42 42
info@kibit.edu.ua

РЕКТОР: ЯКОВЛЕВА Олена В'ячеславівна
— кандидат філософських наук, професор
РІК ЗАСНУВАННЯ — 1961
КВАЛІФІКАЦІЙНИЙ РІВЕНЬ:
бакалавр, спеціаліст, магістр
РІВЕНЬ АКРЕДИТАЦІЇ — III, IV

ШКОЛА БІЗНЕСУ КІБІТ

Відкрита у 2004 році.
Надає повний обсяг
послуг з бізнес-освіти.
Діють короткострокові
програми PDS, MBA.

www.kibit.edu.ua

Ліцензія АД № 034560
від 04.05.2012 р.

ФІЛІЇ КІБІТ:

БІЛОЦЕРКІВСЬКА ФІЛІЯ
09100, вул. Логінова, 39/2,
тел.: 8 (0446) 333 108;
8 (04463) 512 77
e-mail: info_bc@kibit.edu.ua

ВІННИЦЬКА ФІЛІЯ
21022, вул. Тарногородського, 46
тел.: 8 (0432) 69 32 62;
8 (0432) 63 06 77
e-mail: info_vn@kibit.edu.ua

ЖИТОМИРСЬКА ФІЛІЯ
10029, вул. Комерційна, 2а
тел.: 8 (0412) 44 84 07;
8 (0412) 48-24-50
e-mail: info_gt@kibit.edu.ua

ЗАПОРІЗЬКА ФІЛІЯ
69123, вул. 14 Жовтня, 15
тел.: 8 (061) 270 60 87;
8 (061) 277 00 81
e-mail: info_zp@kibit.edu.ua

ЛУГАНСЬКА ФІЛІЯ
91006, кв. Южний, СШ № 51
тел.: 8 (0642) 711 706;
8 (0642) 710 798
e-mail: info_lg@kibit.edu.ua

НІЖИНСЬКА ФІЛІЯ
16604, вул. Незалежності, 42
тел.: 8 (04631) 9 03 51/52;
8 (04631) 7 51 41
e-mail: info_ng@kibit.edu.ua

УМАНСЬКА ФІЛІЯ
20300, пров. К. Цеткін, 2
тел.: 8 (04744) 4 28 20;
8 (04744) 3 50 44
e-mail: info_ym@kibit.edu.ua

ФАКУЛЬТЕТИ:

■ МЕНЕДЖМЕНТУ ■ ЕКОНОМІКИ ■ ПСИХОЛОГІЇ

0306

МЕНЕДЖМЕНТ І АДМІНІСТРУВАННЯ:

менеджмент туристичної індустрії
менеджмент зовнішньоекономічної діяльності
менеджмент підприємницької діяльності
менеджмент промислових підприємств
менеджмент охорони праці

0305

ЕКОНОМІКА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО:

фінанси
облік і аудит

0301

СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ НАУКИ:

психологія праці та управління
педагогічна психологія
клінічна психологія

ДРУГА ВИЩА ОСВІТА

за всіма напрямками

МАГІСТРАТУРА

за спеціальністю «фінанси»

МАТЕРІАЛЬНО- ТЕХНІЧНА БАЗА:

власні навчальні приміщення,
комп'ютерні класи, доступ до Інтернет,
бібліотека, читальний зал,
власна поліграфічна база

ПРОФЕСОРСЬКО- ВИКЛАДАЦЬКИЙ СКЛАД:

висококваліфіковані фахівці
(професори, доценти,
спеціалісти-практики)

ФОРМИ НАВЧАННЯ:

денна, заочна

Диплом бакалавра, спеціаліста, магістра державного зразка. Студенти проходять практику у державних та комерційних установах. Працює служба працевлаштування студентів. Здійснюються мовні та фахові стажування студентів за кордоном. На запрошення Інституту лекції читають професори з провідних Університетів Західної Європи. Ведеться підготовка до незалежного зовнішнього тестування з математики, української мови та літератури, історії України.

КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ

В І С Н И К

Випуск № 3 (28)

Київ
Видавництво КІБІТ
2015

*Висловлюємо подяку президенту Київського інституту бізнесу та технологій
Яковлевій Ірині Іванівні за підтримку видання*

Наукові статі присвячені актуальним проблемам економіки, управління, інформаційних технологій, економічного аналізу сучасного стану України.

Вісник розрахований на наукових працівників та фахівців, які займаються питанням розвитку економіки України.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

ПАСТУХОВА В.В., *д-р. екон. наук – голова редколегії*
ЯКОВЛЕВА О.В., *канд. філос. наук, ректор КІБІТ*
ЯЗИНІНА Р.О., *канд. екон. наук, д-р. географ. наук – відповідальний секретар*
ВСТЧИНОВ І.А., *д-р. екон. наук*
МИХАЙЛОВ В.С., *д-р. екон. наук*
ШИНКАРУК Л.В., *д-р. екон. наук*
ГЕРАСИМОВИЧ А.М., *д-р. екон. наук*
КОНЧИН В.І., *канд. екон. наук*
СВЕРДАН М.М., *канд. екон. наук*
ЄНА О.В., *канд. екон. наук*
КОРОСТЕЛЬОВ В.А., *канд. екон. наук*

Збірник входить до переліку періодичних наукових фахових видань, в якому можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукового ступеня доктора та кандидата з економічних наук, затвердженого постановою президії ВАК України від 10.11.2010 р. № 1-05/7 // Бюлетень ВАК України. – 2010. – №12

Відповідальний за випуск – **ЯЗИНІНА Р.О.**, *д-р географ. наук*

Вісник Київського інституту бізнесу та технологій
№ 3 (28) 2015

Видається з 2004 р.

Свідоцтво про державну реєстрацію
В Держкомітеті телебачення і радіомовлення
серія КВ № 880 від 01.06.2004

Засновник: ПВНЗ “КІБІТ” ТОВ

Затверджено до друку Вченою Радою
Київського інституту Бізнесу та технологій
Протокол № 3 від 28 жовтня 2015 року

Тираж 500

Адреса редакції:
04078, м. Київ, Білицька 41/43
Телефон для довідок: 8-044-430-32-64

Видавець – ПВНЗ “Київський інститут
бізнесу та технологій” ТОВ
04078, м. Київ, Білицька 41/43
Телефон для довідок: 8-044-430-32-64
e-mail: vestnik@kibit.edu.ua

За достовірність інформації в публікаціях
відповідальність несуть автори статей.

УДК 330.3

БЕЧКО В.П., к.е.н,
ВРАЧИНСЬКА О.В.
м. Умнь

МЕТОДИКА ВИЗНАЧЕННЯ ТИПУ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ СПИРТОВОЇ ГАЛУЗІ

Анотація. У статті розроблено методику вибору типу інноваційної політики в залежності від інтегральної оцінки та оцінки позиції підприємства в ринковому середовищі, яка побудована на співвідношенні їх рівнів та критеріїв.

Авторами запропоновано оцінку інноваційної політики доповнити фактором позиції підприємства в ринковому середовищі. Розроблено методичні підходи, межі та критерії оцінки позиції підприємства в ринковому середовищі. Керуючись наявними результатами наукових досліджень щодо чотирьох типів інноваційної політики, виявлено загальність ознак, які потребують деталізації. Розроблено та доповнено до дев'яти типів інноваційної політики підприємства. На основі запропонованої типології, ідентифіковано типи інноваційної політики досліджуваних спиртзаводів та досліджено динаміку їх зміни. За результатами проведених досліджень стало можливим визначити типи інноваційної політики підприємства враховуючи інтегральні показники і ринкову позицію підприємства.

Ключові слова: інновації, інтегральна оцінка, інноваційна політика, типи інноваційної політики, ринкова позиція, ринкове середовище, інтегральний показник.

Аннотация. В статье разработана методика выбора типа инновационной политики в зависимости от интегральной оценки и оценки позиции предприятия в рыночной среде, которая построена на соотношении их уровней и критериев.

Авторами предложено оценку инновационной политики дополнить фактором позиции предприятия в рыночной среде. Разработаны методические подходы, границы и критерии оценки позиции предприятия в рыночной среде. Руководствуясь имеющимися результатами научных исследований по четырем типам инновационной политики, выявлено всеобщность признаков, требующих детализации. Разработаны и дополнены до девяти типов инновационной политики предприятия. На основе предложенной типологии, идентифицированы типы инновационной политики исследуемых спиртзаводов и исследована динамика их изменения. По результатам проведенных исследований стало возможным определить типы инновационной политики предприятия учитывая интегральные показатели и рыночную позицию предприятия.

Ключевые слова: инновации, интегральная оценка, инновационная политика, типы инновационной политики, рыночная позиция, рыночная среда, интегральный показатель.

Abstract. In the article the method of selecting the type of innovation policies based on integrated assessment and evaluation of the position of the company in a market environment that is based on the ratio of levels and criteria.

The authors proposed assessment of innovation policy complement factor positions the company in the market environment. Methodical approaches, limits and benchmarks position of the company in the market environment. Following the results of existing research on four types of innovation policy, detected signs of generality that require detail. Developed and expanded to nine types of innovative enterprise policy. Based on the proposed typology identified types of innovation policy distilleries studied and investigated the dynamics of their changes. The results of the research was to determine the possible types of innovation policy taking into account the integrated enterprise performance and market position of the company.

Keywords: innovations, integrated assessment, innovation policy, innovation policy types, market position, market environment, integrated indicator.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Належність до певної галузі значною мірою впливає на можливість стратегічного вибору типу інноваційної політики підприємства, що обумовлено рівнем конкурентоспроможності продукції на світовому ринку, так і конкурентними позиціями підприємства на внутрішньому ринку. Це, у свою чергу, передбачає формування та реалізацію відповідної інноваційної політики підприємства.

На сьогодні конкурентних переваг підприємства досягають завдяки впровадженню інновацій. Вибір тих чи інших інноваційних змін по суті формує інноваційну політику підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідженню методологічних підходів щодо визначення типу інноваційної політики присвячені праці багатьох зарубіжних вчених: І.Т. Балабанова

[2], С.Д. Ильенковой [5], Ф. Котлера [7], В. Г. Мединського [11], Л.Н. Оголевой [14], Э. Райе та Л. Райе [18], Р.А. Фатхутдинова [19]. Вагомий внесок у дослідження щодо даної проблеми зробили також і вітчизняні вчені: Л.Л. Антонюк [1], О.І. Волков [3], О.І. Дацій [4], С.М. Ілляшенко [6], Н.В. Краснокутська [8], Г.І. Лановська [9], В.С. Марцин [10], Є.В. Нагорний [13], В.Л. Осецький [15], Л.А. Полонська [17], І.В. Федулова [20], В.Г. Чабан [21] та ін. Проте в умовах трансформації економічних відносин багато аспектів цієї важливої проблеми потребують подальших досліджень з метою пошуку оптимальних шляхів її вирішення.

Метою даної публікації є дослідження типів та складових інноваційної політики, які забезпечать пошук нових ідей щодо задоволення споживчого попиту в певних товарах чи послугах, освоєння нових ринків і форм організації виробництва.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Аналіз наукових праць та економічної літератури [5, с. 101–104; 11, с. 31–34; 18, с. 48] показав, що в основному виділяють три типи інноваційної політики: наступальний, наступально-ризиковий та еволюційний.

Основою інноваційної діяльності на підприємстві є комерціалізація нових видів продукції або технологій виробництва. Обираючи напрям інноваційної діяльності, керівництво підприємства вирішує, який тип інноваційної політики буде доцільний для даного напрямку діяльності. Саме обраний тип інноваційної політики підприємства повинен передбачати послідовну комплексну інноваційну діяльність щодо зміни будь-якого із елементів бізнесу.

Наступальний тип інноваційної політики властивий зазвичай потужним фірмам з власними дослідницькими лабораторіями, відділами, що постійно працюють над створенням нових продуктів у відповідній галузі. Або компаніям, спроможним виділяти значні кошти на придбання права на випуск нового продукту в іншій фірмі [5, с. 101]. Завдяки своїм великим фінансовим можливостям вони можуть швидко розгорнути масове виробництво нового продукту, завоювати значну частку ринку. Головними завданнями інноваційної політики наступального типу є:

- моніторинг споживчого ринку з метою своєчасного виявлення нових запитів споживачів та нових ринкових сегментів;
- моніторинг ринку інновацій для оперативного залучення тих із них, що можуть бути вигідними зараз і у майбутньому;
- підтримка діяльності власних спеціалізованих науково-дослідницьких підрозділів;
- стимулювання ініціативності працівників фірми у продукуванні нових ідей, організація внутрішнього підприємництва;
- оцінювання перспективності нових ідей і їх конструктивне розроблення та запровадження;

- внесення змін у внутрішнє середовище фірми, необхідних для швидкого впровадження інновацій.

Наступально-ризиковий тип інноваційної політики спрямований на піонерне впровадження радикальних інновацій, створених підприємством [5, с. 102]. В основному така політика притаманна венчурним (ризиковим) фірмам, які спеціалізуються на створенні нового продукту та відрізняються ризикованістю, великою наукомісткістю створених продуктів, оперативністю впровадження інновацій. Реалізація такої політики можлива за умов значного потенціалу підприємства, високої гнучкості його структурних елементів, готовності менеджерів вищої ланки ризику, їх здатності акумулювати фінансові кошти, необхідні для впровадження інноваційних проєктів. Головними завданнями інноваційної політики наступального-ризикового типу є [10]:

- моніторинг споживчого ринку з метою своєчасного виявлення змін ринкової кон'юнктури;
- формування високопрофесійних науково-дослідницьких колективів, здатних створювати новий продукт у різних сферах діяльності;
- стимулювання ініціативності працівників фірми у продукуванні нових ідей;
- відбір перспективних ідей та концентрація зусиль на доведенні їх до стадії комерціалізації.

Еволюційний тип інноваційної політики підприємства властивий тим фірмам, що виготовляють продукцію із тривалим стабільним попитом [5, с. 103]. Тривалий життєвий цикл продукції дає змогу їм не лише вдосконалювати поточну діяльність, а й накопичувати кошти для поступового переходу від випуску одного виду продукту до іншого. Цей тип інноваційної політики формує умови для удосконалення рішень поточної діяльності підприємства (технології виготовлення продукції, її модифікації в межах базової конструкції, розширення ринкової ніші, вдосконалення маркетингових інструментів). Це дає змогу підприємству протягом тривалого часу утримувати стійкі позиції на ринку. Головними завданнями інноваційної політики еволюційного типу є [17]:

- створення атмосфери креативності;
- заохочення ініціативності усіх працівників фірми (в тому числі і робітників) у вдосконаленні своєї роботи, підвищенні її якості, продуктивності та результативності.

На нашу думку, типи інноваційної політики мають прямий зв'язок з інноваційною стратегією підприємства, як однією із основних її елементів і потребують подальшого дослідження.

Проведене дослідження дало змогу встановити, що науковці визначають три типи інноваційної політики, а саме: наступально-ризиковий, наступальний та еволюційний. Ми вважаємо, що дана класифікація є досить обмеженою та узагальнюючою.

На думку автора, потрібно врахувати специфіку підприємств різних галузей та їх можливостей щодо формування та реалізації інноваційної політики, за складовими та напрямками. Також, можливість кожного підприємства реалізовувати стратегічні цілі з урахуванням його наявних і потенційних ресурсних можливостей та з огляду на ринкову ситуацію.

Виходячи з цього ми вважаємо за потрібне розширити можливості вибору підприємств щодо типу інноваційної політики. Для цього потрібно провести ще додаткові дослідження щодо позиції кожного

спиртзаводу в ринковому середовищі. Визначити на якому рівні знаходиться той чи інший спиртзавод на ринку, а також порівняти ці дослідження з інтегральною оцінкою інноваційної політики кожного досліджуваного підприємства спиртової галузі.

Отже, на нашу думку, поряд із інтегральною оцінкою інноваційної політики для покращення її формування та реалізації потрібно оцінити позиції підприємства в ринковому середовищі та його вплив на обраний той чи інший тип інноваційної політики (табл. 1).

Таблиця 1.

Оцінка позицій підприємств в ринковому середовищі

Показники	2010	2011	2012	2013	2014
ДП “Бершадський спиртзавод”					
обсяг ринку підприємства, тис. грн.	24192,00	18582,00	25948,00	40277,50	44108,90
темп зростання обсягу ринку підприємства, %	74,82	76,81	139,64	155,22	109,51
обсяг ринку трьох конкурентів, тис. грн.	113483,02	124093,76	194287,00	235568,50	242900,50
темп зростання обсягу ринку трьох конкурентів, %	105,67	109,35	156,56	121,25	103,11
співвідношення темпу зростання обсягу ринку підприємства і темпу зростання ринку трьох конкурентів ($O_{p,c}$)	0,71	0,70	0,89	1,28	1,06
ДП “Немирівський спиртзавод”					
обсяг ринку підприємства, тис. грн.	58467,42	64890,56	99602,00	112753,50	121833,10
темп зростання обсягу ринку підприємства, %	105,41	110,99	153,49	113,20	108,05
обсяг ринку трьох конкурентів, тис. грн.	79207,60	77785,20	120633,00	163092,50	165176,30
темп зростання обсягу ринку трьох конкурентів, %	101,32	98,20	155,08	135,20	101,28
співвідношення темпу зростання обсягу ринку підприємства і темпу зростання ринку трьох конкурентів ($O_{p,c}$)	1,04	1,13	0,99	0,84	1,07
ДП “Овечацький спиртзавод”					
обсяг ринку підприємства, тис. грн.	13063,20	16996,60	22555,40	20885,80	23846,80
темп зростання обсягу ринку підприємства, %	102,44	130,11	132,71	92,60	114,18
обсяг ринку трьох конкурентів, тис. грн.	113483,02	124093,76	194287,00	235568,50	242900,50
темп зростання обсягу ринку трьох конкурентів, %	105,67	109,35	156,56	121,25	103,11
співвідношення темпу зростання обсягу ринку підприємства і темпу зростання ринку трьох конкурентів ($O_{p,c}$)	0,97	1,19	0,85	0,76	1,11
ДП “Сторонибаський спиртзавод”					
обсяг ринку підприємства, тис. грн.	15883,80	18458,00	27007,00	34544,00	42528,00
темп зростання обсягу ринку підприємства, %	107,35	116,21	146,32	127,91	123,11
обсяг ринку трьох конкурентів, тис. грн.	113483,02	124093,76	194287,00	235568,50	242900,50
темп зростання обсягу ринку трьох конкурентів, %	105,67	109,35	156,56	121,25	103,11
співвідношення темпу зростання обсягу ринку підприємства і темпу зростання ринку трьох конкурентів ($O_{p,c}$)	1,02	1,06	0,93	1,05	1,19
ДП “Козлівський спиртзавод”					
обсяг ринку підприємства, тис. грн.	26787,60	31859,00	50514,00	65448,00	67179,00
темп зростання обсягу ринку підприємства, %	104,25	118,93	158,55	129,56	102,64
обсяг ринку трьох конкурентів, тис. грн.	110887	110817	169721	210398	219830
темп зростання обсягу ринку трьох конкурентів, %	98,42	99,94	153,15	123,97	104,48
співвідношення темпу зростання обсягу ринку підприємства і темпу зростання ринку трьох конкурентів ($O_{p,c}$)	1,06	1,19	1,04	1,05	0,98
ДП “Червонослобідський спиртзавод”					
обсяг ринку підприємства, тис. грн.	28228,00	27344,20	44171,00	57367,00	53888,40
темп зростання обсягу ринку підприємства, %	103,41	96,87	161,54	129,87	93,94
обсяг ринку трьох конкурентів, тис. грн.	109447,02	115331,56	176064,00	218479,00	233121,00
темп зростання обсягу ринку трьох конкурентів, %	99,46	105,38	152,66	124,09	106,70
співвідношення темпу зростання обсягу ринку підприємства і темпу зростання ринку трьох конкурентів ($O_{p,c}$)	1,04	0,92	1,06	1,05	0,88

Оцінивши позицію кожного досліджуваного спиртзаводу в ринковому середовищі ми за допомогою методу вибіркового спостереження, що є найпоширенішим з усіх видів несучільного спостереження розрахуємо довірчі інтервали.

Під час проведення вибіркового спостереження вивчаються не всі одиниці досліджуваного об'єкта, а лише деяка відібрана частина цих одиниць (табл. 2).

Однак спостереження організоване таким чином, що ця частина відібраних одиниць відображає всю сукупність наче у зменшеному масштабі.

Загальну сукупність однорідних об'єктів (одиниць) з якої здійснюється відбір для дослідження у статистиці називають генеральною сукупністю. Відібрана для обстеження частина генеральної сукупності має назву вибірки або вибіркової сукупності.

На підставі результатів дослідження вибіркової сукупності можна зробити висновки про властивості генеральної сукупності, тобто теоретичні характеристики замінити статистичними.

До теоретичних (шуканих) характеристик належать узагальнюючі показники генеральної сукупності – середній розмір ознаки ($X_{\text{сер.}}$), частка (P), генеральна дисперсія (σ^2), які називають параметрами.

Статистичними характеристиками (оцінками) є характеристики вибіркової сукупності – середня вибірка ($x_{\text{сер. в.}}$), вибірка частка (W), вибірка дисперсія ($\sigma^2 \text{ в.}$), які називають статистиками. Отже завдання вибіркового спостереження – за результатами обстеженої частини надати характеристику усій сукупності в цілому та визначити довірчі інтервали (табл. 3).

Довірчі інтервали, у яких при заданій ймовірності перебуває величина x , обчислюються за формулою $x = X \pm \Delta$. У дослідженнях довірчі інтервали розраховуються із певним заданим ступенем достовірності, який називають надійною або довірчою ймовірністю P . Вона має бути достатньо великою.

Зазвичай у дослідженнях обирають $P = 0,95$ та $0,954$ (відповідні їм величини t становлять 1,96 та 2,00).

Це означає, що лише приблизно в одному випадку із 20 спостережень буде зафіксовано вихід середнього з інтервалу. Таким чином розраховувавши довірчі інтервали оцінки позиції підприємства в ринковому середовищі для досліджуваних спиртзаводів ми визначили межі та їх критерії (табл. 4).

Виходячи з даних табл. 1, керуючись межами критеріїв наведеними в табл. 4 був визначений рівень для досліджуваних спиртзаводів щодо їх позиції на ринку (табл. 5).

Аналізуючи дані наведені в табл. 5 можна відзначити, що всі спиртзаводи за період 2010–2014 роках знаходились в межах тільки двох рівнів: достатнього та високого. Це свідчить про те, що темп росту обсягу ринку майже у всіх підприємств стабільно збільшується за рахунок цього вони можуть втримувати свої позиції на ринку. Щодо ДП "Немирівський спиртзавод" то на протязі 2010–2011 років та на кінець періоду наші дослідження підтвердили його позиції щодо лідерства в галузі. ДП "Козлівський спиртзавод" теж займав високий рівень на протязі 2010–2013 років в ринковому середовищі, але на кінець досліджуваного періоду він уже перебуває на достатньому рівні. Щодо загальної тенденції спиртзаводів то як ми уже

Таблиця 2.

Вибіркова сукупність показника оцінки позиції підприємства в ринковому середовищі досліджуваних підприємств

Досліджувані спиртзаводи	Значення показника, $O_{p,c}$		Помилка вибірки, $\eta_{\bar{x}}$	
	max	min	max	min
ДП «Бершадський спиртзавод»	1,28	0,70	0,004225	0,026678
ДП «Немирівський спиртзавод»	1,13	0,84	0,007225	0,000544
ДП «Овечацький спиртзавод»	1,19	0,76	0,000625	0,010678
ДП «Сторонибаський спиртзавод»	1,44	1,02	0,050625	0,024544
ДП «Козлівський спиртзавод»	1,19	0,98	0,000625	0,013611
ДП «Червонослобідський спиртзавод»	1,06	0,88	0,024025	0,000278
Разом	7,29	5,18	0,08735	0,076333

Таблиця 3.

Розрахунок довірчих інтервалів оцінки позиції підприємства в ринковому середовищі для досліджуваних спиртзаводів

Середнє значення показників $O_{p,c} (X_{\text{сер.}})$		Середня помилка вибірки ($x_{\text{сер. в}}$)		Гранична помилка вибірки (Δ) (для довірчої ймовірності $P = 0,954$; коефіцієнт довіри $t=2$)		Довірчий інтервал (max) $O_{p,c} X \pm \Delta$		Довірчий інтервал (min) $O_{p,c} X \pm \Delta$	
max	min	max	min	max	min	max	min	max	min
1,215	0,86333	0,13217413	0,12355835	0,264348255	0,24711671	1,479348	0,950652	1,11045	0,616217

Таблиця 4.

Межі та їх критерії позиції підприємства в ринковому середовищі (Орс.)

низький рівень	середній рівень	достатній рівень	високий рівень
$0 \geq O_{p,c} \leq 0,36$	$0,36 \geq O_{p,c} < 0,67$	$0,68 \geq O_{p,c} < 0,99$	$O_{p,c} \geq 1$

значали вони всі знаходяться в межах достатнього та високого рівня в ринковому середовищі – це можна пояснити тим, що спиртова галузь є монополізована державою і позиції кожного спиртзаводу на ринку регулюється централізовано.

Результативно маємо оцінку за інтегральним показником та за позицією підприємства в ринковому середовищі. Це дає двостороннє враження щодо оцінки інноваційної політики підприємства. Враховуючи критерії обох ознак автор розробив типи інноваційної політики (табл. 6).

Керуючись наявними результатами наукових досліджень щодо типів інноваційної політики, авторами визначено, що їм притаманні загальні ознаки, які потребують деталізації. Наступальний тип інноваційної політики досить різниться, зокрема йому може бути притаманний силовий, ризиковий та стабільний характер. Еволюційний тип інноваційної політики може набувати стабільного та захисного характеру. Крім того можуть формуватись чітко стабільний та захисний тип інноваційної політики. Кожне підприємство обираючи той чи інший тип інноваційної політики має можливість спрогнозувати результативність

своєї діяльності в цілому. Характеристику кожного запропонованого типу інноваційної політики викладено в табл. 7.

Проведений аналіз дає змогу визначити який тип інноваційної політики був притаманний кожному досліджуваному спиртзаводі на протязі 2010–2014 років, враховуючи обидві ознаки (табл. 8).

Аналізуючи табл. 8 бачимо, що у 2010 році чотири спиртзаводи формували свою інноваційну політику орієнтовану на еволюційний тип (ДП “Бершадський спиртзавод”, ДП “Немирівський спиртзавод”, ДП “Козлівський спиртзавод”, ДП “Червонослобідський спиртзавод”). ДП “Овечацький спиртзавод” був зорієнтований на еволюційно-стабільний тип інноваційної політики та ДП “Сторонибабський спиртзавод” на наступально-стабільний. У 2011 році ДП “Немирівський спиртзавод” та ДП “Козлівський спиртзавод” повернулись до еволюційного типу інноваційної політики. Цей тип також обрав і ДП “Овечацький спиртзавод”. ДП “Сторонибабський спиртзавод” та ДП “Червонослобідський спиртзавод” у 2011 році зорієнтувалися і обрали еволюційно-стабільний тип, що дав їм можливість провести модифікацію продукції в

Таблиця 5.

Визначення рівнів підприємств щодо оцінки їх позиції в ринковому середовищі

Досліджувані спиртзаводи	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
ДП «Бершадський спиртзавод»	достатній рівень	достатній рівень	достатній рівень	високий рівень	високий рівень
ДП «Немирівський спиртзавод»	високий рівень	високий рівень	достатній рівень	достатній рівень	високий рівень
ДП «Овечацький спиртзавод»	достатній рівень	високий рівень	достатній рівень	достатній рівень	високий рівень
ДП «Сторонибабський спиртзавод»	високий рівень	високий рівень	достатній рівень	високий рівень	високий рівень
ДП «Козлівський спиртзавод»	високий рівень	високий рівень	високий рівень	високий рівень	достатній рівень
ДП «Червонослобідський спиртзавод»	високий рівень	достатній рівень	високий рівень	високий рівень	достатній рівень

Таблиця 6.

Визначення типів інноваційної політики підприємства

		Інтегральна оцінка інноваційної політики ($ZI.p$)			
		Високий рівень $0,66 \leq Zi.p \leq 1$	достатній рівень $0,35 \leq Zi.p \leq 0,65$	середній рівень $0,34 \leq Zi.p \leq 0,64$	низький рівень $0 \leq Zi.p \leq 0,33$
Оцінка підприємств в ринковому серед середовищі (Op.c)	Високий рівень $0,7 \leq Op.c \leq 1$	наступально-силовий тип	наступально-стабільний тип	еволюційний тип	еволюційно-стабільний тип
	достатній рівень $0,62 \leq Op.c \leq 0,99$	наступально-ризиковий тип	еволюційний тип	еволюційно-стабільний тип	еволюційно-захисний тип
	середній рівень $0,36 \leq Op.c \leq 0,67$	наступальний тип	еволюційно-стабільний тип	еволюційно-захисний тип	стабільний тип
	низький рівень $0 \leq Op.c \leq 0,36$	наступально-стабільний тип	еволюційно-захисний тип	стабільний тип	захисний тип

межах базової конструкції, розширення ринкової ніші та стимулювання збуту.

На кінець періоду чотири з шести досліджуваних спиртзаводів обрали еволюційний тип сформованої інноваційної політики, а саме: ДП "Бершадський спиртзавод", ДП "Немирівський спиртзавод", ДП "Овечацький спиртзавод", ДП "Сторонибабський спиртзавод". Так як, даний тип спрямований на підтримання існуючих розмірів підприємства і його ділової активності, підвищення конкурентоспроможності продукції із тривалим життєвим циклом з метою утримання позицій і частки ринку, ми вважаємо, для підприємств спиртової галузі це найоптимальніший вибір.

Щодо двох інших спиртзаводів ДП "Козлівський спиртзавод" та ДП "Червонослобідський спиртзавод", які у 2014 році сформували інноваційну політику еволюційно-стабільного типу. Вона дала можливість втримати свої конкурентні позиції на ринку за рахунок досконалих рішень поточної діяльності підприємства.

Виходячи з проведеного аналізу, можна відмітити, що жодне з досліджуваних підприємств не сформувало інноваційну політику на високому рівні.

На підставі вище викладеного можна рекомендувати кожному підприємству певний тип інноваційної політики (табл. 9).

Таблиця 7.

Зміст типів інноваційної політики підприємств

Тип інноваційної політики	Зміст типу інноваційної політики
Наступально-силовий	Спрямована на створення принципово нових або на радикальне перетворення старих сегментів ринку, пошук та реалізацію революційних рішень.
Наступально-ризиковий	Спрямована на: збільшення масштабів виробництва; створення наукоємної інноваційної продукції та оперативність її впровадження; готовність менеджерів вищої ланки до ризику.
Наступальний	Спрямована на: створення власних дослідницьких лабораторій та відділів, що постійно працюють над створенням нових продуктів у відповідній галузі; виділення коштів для придбання права випуску нового продукту іншого підприємства; спроможність швидко розгорнути масове виробництво нової продукції, завдяки своїм фінансовим можливостям.
Наступально-стабільний	Спрямована на: збільшення масштабів виробництва за рахунок масового виробництва продукції достатньої якості за низькими цінами; освоєння нових товарів і послуг та вихід на нові ринки збуту; завоювання конкурентних переваг
Еволюційний	Спрямована на: підтримання існуючих розмірів підприємства і його ділової активності; підвищення конкурентоспроможності продукції із тривалим життєвим циклом з метою утримання позицій і частки ринку.
Еволюційно-стабільний	Спрямована на формування умов для досконалих рішень поточної діяльності підприємства: технології виготовлення продукції, її модифікації в межах базової конструкції; розширення ринкової ніші; вдосконалення маркетингових інструментів.
Еволюційно-захисний	Спрямована на утримання позицій на ринку, вносячи поліпшувальні зміни у технологію, дизайн продукту, заохочення та ініціативність усіх працівників підприємства у вдосконаленні своєї роботи, підвищення її якості, продуктивності та результативності збуту.
Стабільний	Спрямована на пошук споріднених видів бізнесу, перехід до яких не потребує значних витрат, водночас даючи змогу підприємству ще певний час протриматись на ринку.
Захисний	Спрямована на: утримання позицій підприємства на ринку і попередження банкрутства; інноваційний пошук, що через обмеженість фінансових ресурсів зосереджується на заходах, які дають змогу скорочувати витрати на випуск продукції з метою зниження її ціни і збереження конкурентоспроможності.

Таблиця 8.

Визначення типів інноваційної політики досліджуваних спиртзаводів за 2010–2014 роки

Досліджувані спиртзаводи	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
ДП "Бершадський спиртзавод"	еволюційний	еволюційно-захисний	еволюційно-стабільний	еволюційний	еволюційний
ДП "Немирівський спиртзавод"	еволюційний	еволюційний	еволюційно-стабільний	еволюційно-стабільний	еволюційний
ДП "Овечацький спиртзавод"	еволюційно-стабільний	еволюційний	еволюційний	еволюційно-стабільний	еволюційний
ДП "Сторонибабський спиртзавод"	наступально-стабільний	еволюційно-стабільний	еволюційно-захисний	еволюційний	еволюційний
ДП "Козлівський спиртзавод"	еволюційний	еволюційний	еволюційний	наступально-стабільний	еволюційно-стабільний
ДП "Червонослобідський спиртзавод"	еволюційний	еволюційно-стабільний	еволюційний	еволюційний	еволюційно-стабільний

Таблиця 9.

Пропоновані типи інноваційної політики підприємства для досліджуваних спиртзаводів на 2015–2018 роки

Досліджувані спиртзаводи	Роки			
	2015 фактичний	2016	2017	2018
ДП “Бершадський спиртзавод”	еволюційний	наступально-стабільний	наступальний	наступальний
ДП “Немирівський спиртзавод”	еволюційний	наступально-стабільний й	наступально-стабільний	наступально-стабільний
ДП “Овечацький спиртзавод”	еволюційний	наступально-стабільний	наступально-стабільний	наступально-стабільний
ДП “Сторонибаський спиртзавод”	еволюційний	наступально-стабільний	наступально-стабільний	наступально-стабільний
ДП “Козлівський спиртзавод”	еволюційно-стабільний	еволюційний	еволюційний	еволюційний
ДП “Червонослобідський спиртзавод”	еволюційно-стабільний	еволюційний	еволюційний	еволюційний

Інноваційна політика спиртзаводів враховуючи галузеві особливості не повинна бути нижче рівня еволюційного типу. Взагалі ж, потрібно орієнтувати підприємства на підвищення інтенсивності інноваційних змін, зокрема вони повинні формувати інноваційну політику на наступний трьохрічний період хоча б на щабель вище. Це необхідно для того щоб запровадити зміни в системі, закріпити їх і надалі вдосконалити. Визначити які саме напрямки за складовими інноваційної політики необхідно вдосконалювати і які заходи розробляти допоможуть початкові показники нашої методики. В той же час необхідно накопичити фінансові ресурси достатні для вищого рівня типу інноваційної політики.

Сповільнення інноваційних процесів може призвести до погіршення конкурентоспроможності підприємства, спаду виробництва та втрати сегменту ринку. Відсутність інноваційних змін, не сформованість системами, яка б забезпечувала формування інноваційної політики є стратегічною помилкою, що може призвести до стратегічної кризи, а надалі банкрутства підприємства.

Необхідно окремо розглянути ДП “Немирівський спиртзавод” як лідера галузі за обсягами виробництва. Суттєві інноваційні зміни відбулися ще до 2010 року, а система формування інноваційної політики є не досконалою про що свідчить інтегральний показник. На нашу думку, якщо це не буде усунено підприємство може погіршити і свій ринковий статус. Маючи достатній обсяг фінансових ресурсів підприємство має можливість в подальшому швидшими темпами змінювати тип інноваційної політики.

Висновки і перспективи подальших розробок у даному напрямі. Проаналізувавши структуру сформованості інноваційної політики виявлено недоліки і запропоновано типи інноваційної політики враховуючи галузеві та індивідуальні особливості кожного досліджуваного підприємства. Зокрема, ДП “Немирівський спиртзавод”, як лідеру галузі необхідно

сформувати відсутню складову в загальній структурі інноваційної політики, а саме політику в галузі науково-дослідницьких та дослідницько-конструкторських робіт та посилити політику структурних змін, що стане запорукою можливої лідируючої позиції в ринковому середовищі на майбутній період. На нашу думку, інноваційна політика спиртозаводів враховуючи галузеві особливості не повинна бути нижче рівня еволюційного типу. Взагалі ж, потрібно орієнтувати підприємства на підвищення інтенсивності інноваційних змін, зокрема вони повинні формувати інноваційну політику на наступний трьохрічний період хоча б на щабель вище. Це необхідно для того щоб запровадити зміни в системі, закріпити їх і надалі вдосконалити. В той же час необхідно накопичити фінансові ресурси достатні для вищого рівня типу інноваційної політики.

Запропоновані вище методичні підходи до формування інноваційної політики, її оцінки, вибору типу, створення механізму контролю за інноваційними перетвореннями підприємства дають можливість визначити напрямки оновлення, оцінити можливість їх запровадження, сформувати управлінську структуру яка б легко сприймала інновації, забезпечити мінімізацію витрат пов’язаних з впровадженням ефективних інноваційних проектів та джерел фінансування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Антонюк Л.Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: / Л.Л. Антонюк, А.М. Поручник, В.С. Савчук; монографія – К.: КНЕУ, 2003. – 394 с.
2. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент: / И.Т. Балабанов – СПб.: Питер, 2000. – 207 с.
3. Волков О.І. Економіка та організація інноваційної діяльності / О.І. Волков, М.П. Денисенко. – [3-е вид, перероб та доп.] – К., 2012. – 660 с.
4. Дацій О.І. Розвиток інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві України / О.І. Дацій – К.: ННЦ ІАЕ, 2004. – 428 с.
5. Ильенкова С.Д. Инновационный менеджмент / С.Д. Ильенкова, Л.М. Гохберг, С.Ю. Ягудин и др.; под.

- Ред. С.Д. Ильенковой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 318 с.
6. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи / С.М. Ілляшенко. – Суми: ВТД "Університетська книга", 2003. – 278 с.
7. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – Питер: СПб., 2011. – 464 с.
8. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент / Н.В. Краснокутська – К. ; КНЕУ, 2003. – 504 с.
9. Лановська Г.І. Основні принципи інноваційної політики підприємства / Г.І. Лановська: тези доп. IV Міжнар. наук.-практ. конф. ["Проблеми економіки підприємств в умовах сталого розвитку"], (Київ, 314 квіт. 2013 р.), М-во освіти і науки України, М-во агропрот. політики України, Нац. ун-т харч. технологій. – К.: НУХТ, 2013. – С. 16-17.
10. Марцин В.С. Економічне регулювання інноваційної діяльності. / Фінанси України: науково-теоретичний та інформаційно-практичний журнал Міністерства фінансів України / В.С. Марцин – 2010. – № 5 – С.44 – 54.
11. Мединський В. Г. Инновационный менеджмент / В.Г.Мединский. – Москва ; ИНФРА-М 2002. – 295 с.
12. Менеджмент та маркетинг інновацій: монографія / за заг. рек. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД "Університетська книга", 2004. – 616 с.
13. Нагорний Є.В. Інноваційні напрямки розвитку цукрової та спиртової галузей харчової промисловості: журнал / Є. В. Нагорний // Проблеми науки: Міжгалуз. наук.-практ. журнал [гол. ред. Семиноженко В.П.]. – К.: Київ ЦНТЕІ, ЦДПН ім. Г.М. Доброва НАНУ, 2014. – № 1. – С. 37-40.
14. Оголева Л.Н. Инновационный менеджмент./ Л.Н. Оголева. – М.: Инфа-М, 2013. – 240 с.
15. Осецький В.Л. Інвестиції та інновації: проблеми теорії і практики: монографія / В.Л. Орлов. – К.: ІАЕ УААН, 2003. – 412 с.
16. Петруха С. Інноваційна активність підприємств харчової промисловості / С. Пеструха, М. Колотуша. // Економіст. – 2012. – №3. – С. 36-81.
17. Полонська Л.А. Інноваційна політика торговельних підприємств: теорія та методологія: монографія / Л.А. Полонська, Н.В. Лохман. – Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2014. – 221 с.
18. Райе Э. Расцвет пиара и упадок рекламы: Как лучше всего представить фирму./ Э. Райе, Л. Райе. – М.: АСТ: Транзиткнига, 2011. – 17 с.
19. Федулова І.В. Інноваційний потенціал підприємства: монографія / І.В. Федулова, Г.О. Кундєєва. – К.: НУХТ, 2015. – 346 с.
20. Чабан В. Г. Інноваційний потенціал підприємства та його оцінка: журнал / В.Г. Чабан. – Фінанси України: науково-теоретичний та інформаційно-практичний журнал Міністерства фінансів України – 2011. – №5. с. 142-149.

УДК 005.21

ГАРАФОНОВА О.І., д.е.н.

м. Київ

ІНКОРПОРАЦІЯ ПОТЕНЦІАЛУ ЗМІН В СТРАТЕГІЧНУ СИСТЕМУ УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Анотація. В статті обґрунтовано науковий підхід щодо використання терміну "потенціал змін". Визначено умови та фактори щодо формування потенціалу змін в системі управління промисловим підприємством. Визначено умови впровадження потенціалу змін, а також конкурентного і стратегічного потенціалу.

Ключові слова: зміни, потенціал змін, види змін, концепція управління змінами в стратегічній системі управління промисловим підприємством.

Аннотация. В статье обоснован научный подход к использованию термина "потенциал перемен". Определены условия и факторы по формированию потенциала изменений в системе управления промышленным предприятием. Определены условия внедрения потенциала изменений, а также конкурентного и стратегического потенциала.

Ключевые слова: изменения, потенциал изменений, виды изменений, концепция управления изменениями в стратегической системе управления промышленным предприятием.

Abstract. In the article the scientific approach to the use of the term "potential change". The conditions and factors on forming potential changes in the management of industrial enterprise. The conditions of implementation capacity changes as well as competitive and strategic potential.

Key words: changes, potential changes types of changes, the concept of strategic change management in industrial enterprise management system.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Зростання добробуту населення України та покращення становища нашої держави на міжнародній економічній і політичній аренах на сьогодні залежить не лише від рівня промислового розвитку країни. Зрос-

тання обсягів виробленого національного продукту, збільшення експорту продукції, що відповідає міжнародним світовим стандартам та стандартам якості ISO і є конкурентоспроможною на міжнародному ринку, передусім, зумовлено наявністю стратегічного

ЗМІСТ

Атаманчук Ю.М., Гузар Б.С., Шупило О.В. Проблеми формування та функціонування ринку консалтингових послуг в Україні. м. Умань	3
Бечко П.К., Непочатенко Е.А., Боровик П.Н., Колотуха С.Н. Перспективи фінансового оздоровлення суб'єктів аграрного виробництва Черкаського регіона. г. Умань	8
Бечко В.П., Врачинська О.В. Методика визначення типу інноваційної політики підприємств спиртової галузі. м. Умань	17
Гарафонов О.І. Інкорпорація потенціалу змін в стратегічну систему управління промисловим підприємством. м. Київ	24
Городецька М.О. Постіндустріальна перспектива України. м. Ніжин	29
Замлинський В.А. Венчурне інвестування підприємств аграрної сфери. м. Умань	32
Захарченко В.І. Історико-економічний аналіз теорії розміщення промисловості: мікроекономічний рівень. м. Вінниця	37
Кондратюк Д.М. Еволюція наукових підходів до трактування дефініції "маркетинг" та "агромаркетинг". м. Житомир	43
Момонт Т.В. Моделювання бухгалтерського обліку як складова методики дослідження облікових процесів на підприємствах туристичної індустрії. м. Житомир	47
Нестеренко Н.В. Систематизація індикаторів фінансової стійкості комерційного банку в Україні. м. Запоріжжя	51
Нікітчина О.В. Недержавні пенсійні фонди як елемент диверсифікації пенсійного забезпечення громадян. м. Житомир	56
Олексієв І.Л. Управління логістичною діяльністю підприємств у туристичній сфері. м. Житомир	62
Пахомова Т.М. Стан та перспективи розвитку недержавного пенсійного забезпечення в Україні. м. Ніжин	65
Пацалюк К.О. Історія становлення маркетингу та маркетингових комунікацій. м. Житомир	71
Скиба Т.В. Соціально-економічне та інституційне середовище розвитку сільського підприємництва. м. Житомир	74
Стоянова-Коваль С.С. Стратегічне прогнозування розвитку інвестиційної діяльності підприємств харчової галузі. м. Умань	79
Тютюнник О.В. Особливості кредитної політики в аграрному секторі економіки України в період становлення ринкових відносин. м. Запоріжжя	86
Цибульський В.О. Інноваційний потенціал туристичного підприємства та ефективність його використання. м. Житомир	90
Цюцюпа С.В. Формування та аналіз інформаційно-комунікативних технологій в системі забезпечення економічної безпеки промислових підприємств. м. Ніжин	93
Шабатура Т.С. Аксиологічні детермінанти реалізації економічного потенціалу підприємств в контексті соціально-орієнтованого бізнесу. м. Умань	100
Шиманська В.В. Реструктуризація: концептуальні основи дослідження сутності економічної категорії та світоглядно-методологічне трактування базового категоріального апарату. м. Житомир	105

ІНФОРМАЦІЯ ДЛЯ АВТОРІВ

Вимоги до оформлення матеріалів, які подаються до "ВІСНИКА"
Київського інституту бізнесу та технологій

Стаття повинна бути структурована і, відповідно до останніх вимог Департаменту атестації кадрів Міністерства освіти, науки, молоді та спорту України, мати такі елементи:

- 1) постановку проблеми у загальному вигляді;
- 2) аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми;
- 3) формулювання мети статті;
- 4) виклад основного матеріалу з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Основний матеріал – мінімум 8 сторінок тексту;
- 5) висновок і перспективи подальших розробок у даному напрямі.

Стаття супроводжується:

- 1) рецензією кандидата, доктора наук (для магістрів та аспірантів – наукового керівника);
- 2) супровідним листом від організації, де працює автор;
- 3) відомостями про автора (авторів) (прізвище, ім'я, по батькові, рік народження, науковий ступінь та вчене звання, коло наукових інтересів, посада, місце роботи, службова адреса, адреса електронної пошти, службовий і домашній номери телефонів);
- 4) електронним носієм інформації (дискета або диск), на якому розміщуються **два копії** вищезазначених матеріалів (стаття, анотації, відомості про авторів).

Обсяг статті повинен бути в межах від 20 тис. знаків (0,5 др.ак.) до 26 тис. знаків (0,65 др.арк.).

Стаття готується у текстовому редакторі Microsoft Word у такому порядку:

- 1) індекс **УДК** (правий верхній кут, жирний шрифт);
- 2) ініціали, прізвище автора (авторів) (правий верхній кут, курсив, жирний шрифт);
- 3) місце роботи, електронна адреса авторів;
- 4) назва статті (посередині, великими літерами, жирний шрифт); (між місцем роботи і назвою один інтервал);
- 5) анотація українською та російською мовами (повинна бути змістовною, а не декларативною); (між назвою статті і анотацією один інтервал);
- 6) після анотації ключові слова (**ключові слова** жирним шрифтом, самі слова звичайним);
- 6) анотація з ключовими словами англійською мовою. Має починатися іменем, прізвищем автора та назвою статті (жирний шрифт).
- 7) сам текст (через інтервал після анотації англійською мовою).

Оформлення статті

- 1) Поля: зверху, знизу, зліва, справа – 2 см.
- 2) Шрифт – Times New Roman, розмір 14 пт., міжрядковий інтервал – 1,5.
- 3) розділи статті виділяються жирним шрифтом;
- 4) при цитуванні – кінцеві посилання (в тексті посилання оформити наступним чином: [1, с.50]).

Оформлення списку літератури

- 1) Список літератури подається відповідно до порядку посилання, згідно останніх вимог ВАК України наступним чином:
 1. Мамардашвили М. Введение в философию / Мераб Мамардашвили. Мой опыт нетипичен. – СПб.: Азбука, 2000. – 400 с. – ISBN 5-267-00287-9.
 2. Сумерки богов / [сб. первоисточников / сост. и общ. ред. А. А. Яковлева]. – М.: Политиздат, 1990. – 398 с. – (б-ка атеистической лит.).
 3. Перспективы метафизики: Классическая и неклассическая метафизика на рубеже веков: Российский гуманитарный научный фонд Международная Кафедра (ЮНЕСКО) по философии и этике СПб Научного центра РАН; ред. Г. Л. Тульчинского и М. С. Уварова. – СПб.: 2000. [электронный ресурс] / Г. П. Тульчинский, М. С. Уваров, Д. Н. Козырев, С. С. Гусев, Г. М. Бревде // Режим доступа: <http://ru.philosophy.kiev.ua/library/ivarov/perspmet/index.html>.
 4. Хайдеггер М. Основные понятия метафизики / М. Хайдеггер; пер. и примечания А.В. Ахутина и В.В. Библихина // Вопросы философии. – 1989. – № 9. – с. 116-163.
 5. Гегель Г.В.Ф. Энциклопедия философских наук: Философия духа: в 3 т. / Г.В.Ф. Гегель – М.: Мысль, 1977 – Т.3. – 471 с.
- 2) Слово література розташовується через інтервал після тексту, посередині, курсивом, жирним шрифтом.
- 3) Джерела розташовуються у стовпчик.

Відповідальність за підбір, точність наведених на сторінках збірника фактів, цитат, статистичних даних, дат, прізвищ, географічних назв та інших відомостей, а також за розголошення даних, які не підлягають відкритій публікації, лягає на авторів опублікованих матеріалів. Передрукування матеріалів, опублікованих у збірнику дозволено тільки зі згоди авторів та видавця.

Увага!

- Невідповідність оформлення статті наведеним вище вимогам може бути **приводом відмови у публікації**. Редакція повідомляє авторів тільки про рішення з приводу публікації. Редакція не рецензує подані матеріалів, і, у випадку відмови в публікації, не повертає рукопис і не вступає в теоретичні дискусії. Рішення з приводу публікації приймаються протягом одного місяця від дня реєстрації рукопису.
- Не допускається включення у список літератури навчальних посібників, підручників, методичних рекомендацій.

ВПЕВНЕНІСТЬ І ДОВІРА

III-IV РІВЕНЬ АКРЕДИТАЦІЇ

KiBiM

КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ БІЗНЕСУ ТА ТЕХНОЛОГІЙ



WWW.KIBIT.EDU.UA

- ЕКОНОМІКА
та ПІДПРИЄМНИЦТВО
- МЕНЕДЖМЕНТ
і АДМІНІСТРУВАННЯ
- ПСИХОЛОГІЯ

- ПІДГОТОВКА
ДО ЗОВНІШНЬОГО
НЕЗАЛЕЖНОГО
ОЦІНЮВАННЯ

(044) 430 1577
(044) 353 4242

ВИПУСКНИКИ КУРСІВ ЗАРАХОВУЮТЬСЯ до КІБІТ НА ПІЛЬГОВИХ УМОВАХ

WWW.KIBIT.EDU.UA