

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ

ВІСНИК

ЛЬВІВСЬКОГО ІНСТИТУТУ
ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ

Серія: «Економічні науки»

14/2019

**BULLETIN
OF LVIV INSTITUTE OF ECONOMICS
AND TOURISM**



Львів — 2019

УДК 338.48:001.32(051)

Вісник Львівського інституту економіки і туризму : зб. наук. ст. / Міністерство освіти і науки України. Львівський інститут економіки і туризму; [ред. кол. І. О. Бочан та ін.] — Львів : ЛПЕТ, 2019, № 14 — 204 с.

Висвітлюються актуальні питання теоретичних і прикладних аспектів економіки, розвитку туристичної індустрії в Україні і, зокрема, в Західному регіоні; аналізуються підходи до створення туристичного продукту й організації спеціальних видів туризму. Особлива увага звертається на вивчення краєзнавства, екологічного супроводу туристичної діяльності та підготовки фахівців для даної галузі.

Для фахівців туристичної галузі, науково-педагогічних працівників, аспірантів і студентів закладів освіти туристичного профілю.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

1. Бочан І. О., д.е.н., професор, Львівський інститут економіки і туризму, Україна — **головний редактор**;
2. Анісімович-Шевчук О. З., к.п.н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму, Україна — **заступник головного редактора**;
3. Клювак О. В., к.е.н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму, Україна — **відповідальний секретар**;
4. Берест Р. Я., д.і.н., професор, Львівський інститут економіки і туризму, Україна;
5. Білонога Ю. Л., д.т.н., професор, Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького;
6. Божук Т. І., д.г.н., доцент, Національний університет «Львівська політехніка», Україна;
7. Бомба М. Я., д.с.-г.н., професор, Львівський інститут економіки і туризму, Україна;
8. Васильчак С. В., д.е.н., професор, Львівський державний університет внутрішніх справ;
9. Гальків Л. І., д.е.н., професор, Національний університет «Львівська політехніка»;
10. Гринів Б. В., к.е.н., професор, Львівський інститут економіки і туризму, Україна;
11. Доманцевич Н. І., д.т.н., професор, Львівський торговельно-економічний університет;
12. Лабай М., професор, Вища школа туризму та екології в Сухій Бескидській (Польща);
13. Лозинський Р. М., д.г.н., професор, Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна;
14. Лозовецька В. Т., д.п.н., професор, Київський національний університет імені М. Драгоманова, Україна;
15. Майкова С. В., к.т.н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму, Україна;
16. Мартинюк Т., професор, Сопотська школа вища (Польща);
17. Місечко О. Є., д.п.н., професор, Львівський інститут економіки і туризму, Україна;
18. Присяжнюк Ю. І., д.е.н., професор, Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна;
19. Реверчук С. К., д.е.н., професор, Львівський національний університет імені Івана Франка;
20. Скворцов І. Б., д.е.н., професор, Національний університет «Львівська політехніка»;
21. Скрипко Т. О., д.е.н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму, Україна;
22. Слодкі М., професор, Державна Вища Школа господарки у Плоцьку (Польща);
23. Федина Л. О., к.т.н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму, Україна;
24. Рейман Кш., професор, Державна вища техніко-економічна школа ім. кс. Броніслава Маркевича в Ярославі (Польща).

Рекомендовано до друку Вченою радою Львівського інституту економіки і туризму
(протокол № від 2019 р.)

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
LVIV INSTITUTE OF ECONOMICS AND TOURISM

BULLETIN

OF LVIV INSTITUTE
OF ECONOMICS AND TOURISM

Series: «Economic Sciences»

14/2019



Lviv — 2019

UDC 338.48:001.32(051)

Bulletin of Lviv Institute of Economics and Tourism : collection of scientific works / Ministry of Education and Science of Ukraine, Lviv Institute of Economics and Tourism; [editor-in-chief I.O. Bochan.] — Lviv : LIET, 2019, #14 — 204 p.

Topical issues of theoretical and practical aspects of economics of the tourist industry development in Ukraine and particularly in Western region are reflected; approaches to design of tourist product and organizing special kinds of tourism are analyzed. Special attention is given to local studies issues, ecological accompaniment of tourist activity and training specialists for the given branch.

For specialists of tourist sphere, scientific and pedagogical workers, post-graduates and students of tourist educational institutions.

EDITORIAL BOARD:

1. Bochan I., Prof., Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine — *Editor-in-Chief*;
2. Anisimovych-Shevchuk O., PhD, Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine — *Deputy editor-in-chief*;
3. Kliuvak O., PhD, Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine — *Executive Secretary*;
4. Berest R., Prof., Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine;
5. Bilonoga Yu., Prof., Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviv, Ukraine;
6. Bozhuk T., Doc., Lviv Polytechnic State University, Ukraine;
7. Bomba M., Prof., Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine;
8. Vasylichak S., Prof., Lviv state university of internal affairs, Ukraine;
9. Halkiv L., Prof., Lviv Polytechnic State University, Ukraine
10. Hryniv B., Prof., Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine;
11. Domantsevych N., Prof., Lviv University of Trade and Economics, Ukraine;
12. Labaj M., Prof., The University College of Tourism and Ecology in Sucha Beskidzka, Poland;
13. **Martsyn V. Prof., Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine;**
14. Lozynskiy R., Prof., Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine;
15. Lozovetska V., Prof., National Pedagogical Dragomanov University, Ukraine;
16. Maikova S., Doc., Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine;
17. Martyniuk T., Prof., Sopot University of Applied Sciences, Poland;
18. Misechko O. Prof., Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine;
19. Prysiazhniuk Yu., Prof., Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine;
20. Reverchuk S., Prof., Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine;
21. Skvortsov I., Prof., Lviv Polytechnic State University, Ukraine;
22. Skrypko T., Doc., Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine;
23. Slodki M., Prof., The State University of Applied Sciences in Plock, Poland;
24. Fedyna L., Doc., Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine;
25. Rejman K., Prof., State Higher School of Technology and Economics in Jaroslaw, Poland.

*The Bulletin of Lviv Institute of Economics and Tourism
is published according to the decision of Scientific Council of Lviv Institute
of Economics and Tourism (protocol number dated from 2019.)*

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІКА І ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ

1.1. <i>Бочан І. О.</i> На шляху до нової парадигми економіки	9
1.2. <i>Гринів Б. В., Гринів О. Б.</i> Еволюція наукових поглядів на природу і джерела прибутку	14
1.3. <i>Міхель Р. В.</i> Розвиток ринку туристичних послуг в контексті дії угоди про асоціацію України з ЄС	26
1.4. <i>Мостенська Т. Л., Чагайда А. О., Тарасюк Г. М.</i> Становлення та розвиток індустрії гостинності в Україні	36
1.5. <i>Анісімович-Шевчук О. З.</i> Заклад вищої освіти як важливий стартап-хаб активізації місцевої економіки	49

РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТУРИЗМОЛОГІЇ

2.1. <i>Ковальчук О. А.</i> Формування туристичного бренду	58
2.2. <i>Лозинський Р. М., Пукас О. Б.</i> Ботанічний туризм: поняття, ресурси, сучасні тенденції розвитку	67

РОЗДІЛ 3. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ ОСНОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. <i>Скрипко Т. О., Гарасимлюк М. В.</i> Основні загрози та небезпеки в сучасному туризмі	75
3.2. <i>Петлін І. В.</i> Удосконалення організаційно-економічного механізму управління розвитком малого підприємництва у сфері сільського зеленого туризму	83
3.3. <i>Негрнич О. І., Мазурчак А. М.</i> Обґрунтування показників ефективності проекту розширення готелю	97

РОЗДІЛ 4. ТОВАРОЗНАВСТВО І ТОРГІВЛЯ: ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ

4.1. <i>Скворцов І. Б., Павлишин М. Л.</i> Актуалізація економічного обґрунтування підприємницької діяльності в Україні	105
4.2. <i>Жолинська Г. М., Федина Л. О., Михалічко О. Б.</i> Проблеми харчової безпеки соняшникової олії в Україні	113

РОЗДІЛ 5. ХАРЧОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА РЕСТОРАННИЙ СЕРВІС

5.1. <i>Майкова С. В., Ромашко І. С.</i> Інноваційне виготовлення продукції ресторанного господарства із фунготерапевтичним ефектом	122
---	-----

- 5.2. *Бомба М.Я., Шах А.Є., Максимець О.Б., Кварцяна Х.І.* Розширення асортименту функціональних молочних страв 129

РОЗДІЛ 6. КРАЄЗНАВСТВО, КУЛЬТУРА І ТУРИЗМ

- 6.1. *Берест Р.Я., Берестр Л.І.* Цісарсько-королівська вища торгова школа у Львові в період 1899–1900 навчального року 137
- 6.2. *Панько О.І.* Проблеми залучення історико-культурних пам'яток у розвиток туристичної дестинації жидачівщини 146
- 6.3. *Пендерецький О.В.* Перспективи розвитку промислового туризму Карпат 153

РОЗДІЛ 7. РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ І РЕАБІЛІТАЦІЯ

- 7.1. *Білецький М.І., Котик Л.І.* Слобожансько-донбаський туристично-рекреаційний район України: функціонування у контексті воєнно-політичної нестабільності 160

РОЗДІЛ 8. ІНФРАСТРУКТУРА ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

- 8.1. *Ладик С.Р., Папка О.С.* Перспективи використання smart-технологій в процесі підготовки фахівців сфери туризму 177

РОЗДІЛ 9. АУДИТОРІЯ

- 9.1. *Аніловська Г.Я., Чорненька О.Р.* Громадянське суспільство як головна передумова економічної безпеки держави 184

РОЗДІЛ 10. ПОДІЇ, ІНФОРМАЦІЯ, РЕЦЕНЗІЇ

- 10.1. Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні проблеми розвитку туризму в Україні» 193
- 10.2. *Анісімович-Шевчук О.З.* VII регіональна науково-практична конференція «Історико-культурні пам'ятки Прикарпаття та Карпат — важливі об'єкти в розвитку туризму» 196
- 10.3. *Анісімович-Шевчук О.З.* Стартап-підприємництво крізь призму соціального бізнес-курсу MESH 199

TABLE OF CONTENTS

SECTION 1. ECONOMY AND ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE

1.1. <i>Bochan I.</i> On the way to a new paradigm of economy.....	9
1.2. <i>Hryniv B., Hryniv O.</i> Evolution of scientific views on the nature and sources of profit.....	14
1.3. <i>Mikhel R.</i> Development of the tourist services market in the context of the implementation of the Ukraine-EU association agreement	26
1.4. <i>Mostenska T., Chahaida A., Tarasiuk H.</i> Incipience and development of the hospitality industry in Ukraine.....	36
1.5. <i>Anisimovych-Shevchuk O.</i> The higher education institute as the important startup-hub of activating economy in region.....	49

SECTION 2. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FUNDAMENTALS OF TOURISM STUDIES

2.1. <i>Kovalchuk O.</i> Formation of tourism brand.....	58
2.2. <i>Lozynskyy R., Pukas O.</i> Botanical tourism: concept, resources, current development trends	67

SECTION 3. SOCIAL-ECONOMIC AND MANAGEMENT FUNDAMENTALS OF TOURISM ACTIVITY

3.1. <i>Skrypko T., Garasymliuk M.</i> The main threats and dangers in modern tourism	75
3.2. <i>Petlin I.</i> Improvement of the organizational and economic mechanism of managing small business development in the field of rural green tourism.....	83
3.3. <i>Negrych O., Mazurchak A.</i> Substantiation of the indicators of hotel expansion project efficiency	97

SECTION 4. COMMODITY OF GOODS AND TRADE: TENDENCIES, PROBLEMS AND APPROACHES

4.1. <i>Skvortsov I., Pavlyshyn M.</i> Actualization of economic substantiation of enterprise activity in Ukraine.....	105
4.2. <i>Zholunsjka G., Fedyna L., Mykhalichko O.</i> Problems of food safety of sunflower oil in Ukraine.....	113

SECTION 5. NUTRITIONAL TECHNOLOGIES AND RESTAURANT SERVICE

5.1. <i>Maykova S., Romashka I.</i> Innovative production of restaurant products with funtotherapeutic effect.....	122
5.2. <i>Bomba M., Shah A., Maksimets O., Kvartsyana Kh.</i> GIES AND THE EXTENSION OF THE FUNCTIONAL DAIRY MASKS.....	129

SECTION 6. COUNTRY STUDY, CULTURE AND TOURISM

- 6.1. *Berest R., Berest L.* Cisar-Royal higher trade school in Lviv in the period of 1899/1900 school year 137
- 6.2. *Panko O.* Problems of attraction of historical and cultural monuments in the development of the Zhydachiv region tourist destination 146
- 6.3. *Penderecki O.* Development prospects industrial tourism of the Carpathians 153

SECTION 7. RECREATIONAL TOURISM AND REHABILITATION

- 7.1. *Biletskyi M., Kotyk L.* Slobozhanskyi-donbas tourist-recreational region of Ukraine: functioning in the context military and political instability 160

SECTION 8. TOURISM INDUSTRY INFRASTRUCTURE AND ECOLOGY ISSUES

- 8.1. *Ladyk S., Papka O.* Prospects for the use of smart technologies in the process of training of specialists in the field of tourism 177

SECTION 9. AUDITORIUM

- 9.1. *Anilovska H., Chornenka O.* Civil society as the main precondition of the economic security of the state 184

SECTION 10. EVENTS, INFORMATION, REVIEWS

- 10.1. International Scientific and Practical Conference «Modern problems of tourism development in Ukraine» 193
- 10.2. *Anisimovych-Shevchuk O.* VII Regional Scientific and Practical Conference «Historical and Cultural Monuments of the Carpathian Region — Important Objects in Tourism Development» 196
- 10.3. *Anisimovych-Shevchuk O.* Startup entrepreneurship through the lens of a social business course MESH 199

УДК 338.242:338.48-44(1-22)

JEL Classification: R 29

*Петлін Ірина Володимирівна, к.е.н.,
доцент кафедри туризму і готельної справи,
Львівський інститут економіки і туризму, м. Львів, Україна
e-mail: petlinirina@gmail.com*

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

У статті досліджено теоретичні засади організаційно-економічного механізму управління розвитком малого підприємництва у сфері сільського зеленого туризму. Аргументовано необхідність формування організаційно-економічного механізму підприємств в сучасних умовах. Обґрунтовано, що організаційно-економічний механізм управління розвитком малого підприємництва впливатиме на досягнення поставлених цілей і завдань і забезпечуватиме досягнення необхідних темпів економічного росту. Визначено основні детермінанти формування та окреслено структуру організаційно-економічного механізму. Обґрунтовано визначення організаційно-економічного механізму управління розвитком малого підприємництва у сфері сільського зеленого туризму та окреслено його мету. Головна його мета полягає в підвищенні ефективності результатів діяльності підприємств через впровадження таких заходів: формування стратегічного плану розвитку регіону; усунення адміністративних бар'єрів на етапі створення малого підприємства; зниження соціальної напруги в сфері зайнятості (зниження рівня безробіття); поширення знань про основи ведення підприємницької діяльності (тренінги); формування осередків підтримки бізнесу на селі; надання переваг в оподаткуванні тощо.

Запропоновано систему заходів щодо активізації цього виду бізнесу через удосконалення концептуальних засад формування та реалізації організаційно-економічного механізму розвитку малого підприємництва в сфері сільського зеленого туризму.

Запропоновано Концепцію розвитку малого підприємництва в сфері сільського зеленого туризму, реалізація якої сприятиме розвитку суб'єктів даного виду діяльності, як одного з основних складових туристичної індустрії Львівської області; підвищить зацікавленість внутрішніх та іноземних інвесторів; підвищить та наблизить рівень обслуговування і якості надання послуг до загальноприйнятих світових стандартів; систематизуватиме та вдосконалим процес отримання та обробки статистичних даних, маркетингових досліджень для планування подальшого розвитку малого підприємництва в сфері сільського зеленого туризму.

Ключові слова: *сільський зелений туризм, турпродукт сільського зеленого туризму, мале підприємництво, середовище функціонування малого підприємництва в сфері сільського зеленого туризму, потенціал розвитку малого підприємництва в сфері сільського зеленого туризму.*

Постановка проблеми. В ринкових умовах господарювання виникає необхідність розробки відповідного механізму управління розвитком підприємства, який би впливав на досягнення поставлених цілей і завдань і забезпечив досягнення необхідних темпів економічного росту.

При цьому під механізмом розуміють сукупність процесів, прийомів, методів, підходів за допомогою яких відбувається рух всієї системи і здійснюється досягнення певної мети.

Тому важливого значення набуває створення організаційно-економічного механізму управління на підприємствах туристично-готельної індустрії і його пристосування до сучасних ринкових умов.

Розвиток організаційно-економічного механізму, поглиблення його змісту, обґрунтування його структури та функцій окремих складових елементів дозволять поліпшити показники роботи підприємств у сучасних умовах господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню розробки організаційно-економічного механізму управління підприємством присвячено значна кількість наукових праць вітчизняних вчених, в тому числі Г. Астапова [1], Біла [2], Г. Козаченко [3], Ю. Лисенко [4], О. Паламарчук [5], О. Тридід [6] та інші. Проте подальшого вирішення потребують питання, пов'язані безпосередньо із процесом формування та функціонування організаційно-економічного механізму управління діяльністю підприємств розміщення, в тому числі і суб'єктів СЗТ, які не знайшли достатнього висвітлення у наукових працях, що зумовило визначення мети, завдань та змісту наукового дослідження.

Формування цілей статті. Метою статті є наукове обґрунтування теоретичних та практичних підходів до управління розвитком суб'єктів СЗТ за умови формування та функціонування дієвого організаційно-економічного механізму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Організаційно-економічний механізм управління підприємством слід розглядати, як складову частину системи управління підприємством в структурі господарського механізму (рис. 1).

До складу системи управління підприємством входить господарський механізм управління підприємством, під яким розуміють «сукупність організаційних структур і конкретних форм і методів управління, а також правових форм, за допомогою яких реалізуються діючі в конкретних умовах економічні закони, процес відтворення». Тобто господарський механізм включає у свій склад методи, види, форми і функції управління. Система управління поняття більш широке, тому що вона ще й включає підсистему лінійного керівництва, тобто апарат, що виконує функції управління [7, с. 4–5].

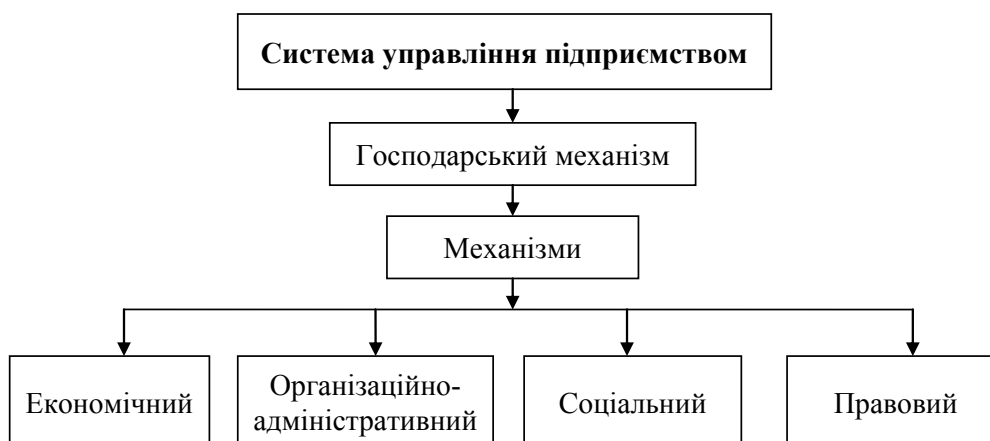


Рис. 1. Схема взаємозв'язку системи управління підприємством в структурі господарського механізму [7, с. 5]

Дану систему доцільно застосовувати для побудови організаційно-економічного механізму підприємств і туристично-готельної індустрії, незважаючи на специфіку їх діяльності.

Основним в структурі господарського механізму є економічний механізм, який забезпечує підвищення ефективності діяльності підприємств через застосування певних фінансово-економічних важелів, методів, інструментів та засобів, які мають вплив на всю систему управління підприємством. Для досягнення поставлених цілей механізм має спільно реалізовуватися з організаційним, правовим, соціальним. На сьогоднішній день нема одностайної думки щодо тлумачення поняття економічний механізм, тому можна виділити два основні напрямки:

- перший напрямок — це система основних елементів, що регулюють процес управління [8, с. 185–186; 9, с. 240].
- другий напрямок, як економічний механізм, включає до свого складу організаційну структуру [10, с. 380; 11, с. 447]. Тобто організаційна структура дасть можливість координувати дії окремих елементів економічного механізму.

Тому, організаційно-економічний механізм управління розвитком малого підприємства в сфері СЗТ — це комплекс організаційних і економічних важелів цілеспрямованого впливу на об'єкт з метою підвищення ефективності його функціонування, враховуючи специфіку його розвитку та регіональні особливості.

Нами запропонована структурно-функціональна схема організаційно-економічного механізму управління малим підприємством у сфері СЗТ в основу якої покладено функціонально-цільову структуру системи управління (рис. 2).

В схемі виділено три рівні реалізації цілей організаційно-економічного механізму малого підприємства у сфері СЗТ: державний, регіональний та рівень суб'єктів малого підприємства у зазначеній сфері. На кожному з цих рівнів мають виконуватися певні завдання стратегії розвитку цього виду діяльності, але вони мають доповнювати одна одну, бути взаємопов'язаними.

Основними чинниками формування організаційно-економічного механізму розвитку малого підприємства у сфері СЗТ є:

- недостатня державна підтримка;
- збільшення адміністративних бар'єрів;
- недосконала методологія стандартизації та сертифікації готельних послуг;
- низька якість послуг;
- обмежена пропозиція додаткових послуг;
- недостатній рівень управління в межах підприємства;
- нерівномірність завантаження;
- слабе програмно-інформаційне забезпечення;
- високий рівень безробіття сільського населення;
- невпевненість підприємців в стабільності умов ведення бізнесу.

В основі розробки організаційно-економічного механізму управління малого підприємства у сфері СЗТ мають стати певні принципи. Вони становлять його методологічну основу, тому ми пропонуємо власне бачення принципів формування організаційно-економічного механізму управління цими підприємствами:

- принцип ефективності (сформований на підприємстві механізм повинен підвищувати ефективність результатів діяльності, враховуючи його ресурсні можливості);
- принцип безперервного функціонування (характеризує необхідність здійснення аналізу фінансово-економічного стану підприємства, враховуючи його

внутрішнє та зовнішнє середовище, з метою ефективного функціонування підприємства);

- принцип адекватності реагування (вибір методів адекватного реагування на зміни внутрішнього і зовнішнього середовищ для досягнення очікуваного результату);
- принцип нових завдань (організаційно-економічний механізм управління підприємством має забезпечувати реалізацію нових завдань, зумовлених змінами в середовищі функціонування підприємства, формуванням нової концепції його розвитку. Цього можна досягнути впроваджуючи на підприємствах нові методи та способи діагностики його діяльності);
- принцип гнучкості (організаційно-економічний механізм управління підприємством має включати такі управлінські рішення, які були б орієнтовані або на пристосування до змін зовнішнього середовища, або на обмежене управління цими змінами);
- принцип багатоманітності (полягає у виборі достатнього переліку фінансово-економічних індикаторів, на підставі яких здійснюється діагностика фінансово-економічного стану підприємства, з метою своєчасного виявлення труднощів на підприємстві);
- принцип багатоваріантності розробки заходів (полягає у забезпеченні вибору найбільш оптимального рішення з урахуванням максимально можливої кількості альтернативних варіантів);
- принцип комплексності (з метою забезпечення ефективного функціонування, управління підприємством повинно носити комплексний вплив на всі сфери його життєдіяльності).

Враховуючи сучасні тенденції розвитку малих підприємств у сфері СЗТ нами визначено цілі, які повинні досягати підприємства. За критерієм значимості і складності реалізації цілей доцільно їх розбити на 3 групи: першого порядку, другого порядку, третього порядку.

В сучасних умовах підприємства можуть досягати позитивних результатів своєї діяльності за умови забезпечення стійкого фінансового становища (ціль першого порядку). Власне ця ціль є основною і найбільш пріоритетною. Досягнути її можна за рахунок реалізації цілей другого порядку, а саме, через вжиття наступних заходів:

- інвестиційної й інноваційної діяльності;
- надання високоякісних та конкурентоспроможних готельно-туристичних послуг;
- максимального наповнення та отримання доходів від реалізації послуг;
- ощадливої витрати усіх видів ресурсів і максимального обсягу прибутку.

Розв'язати задачі другого порядку, можливо через досягнення цілей першого порядку — забезпечення стійкого фінансового становища. Створення умов для реалізації цілей першого і другого порядку дозволить підприємству вирішувати цілі третього порядку: задовольняти соціальні і культурно-побутові потреби працівників; забезпечувати охорону навколишнього середовища.

Інструментами реалізації окреслених цілей виступають такі підсистеми: забезпечення, функціональна та організаційного розвитку.

Підсистема забезпечення організаційно-економічного механізму включає в себе ресурсне, правове, нормативне, інформаційне забезпечення управління підприємством.

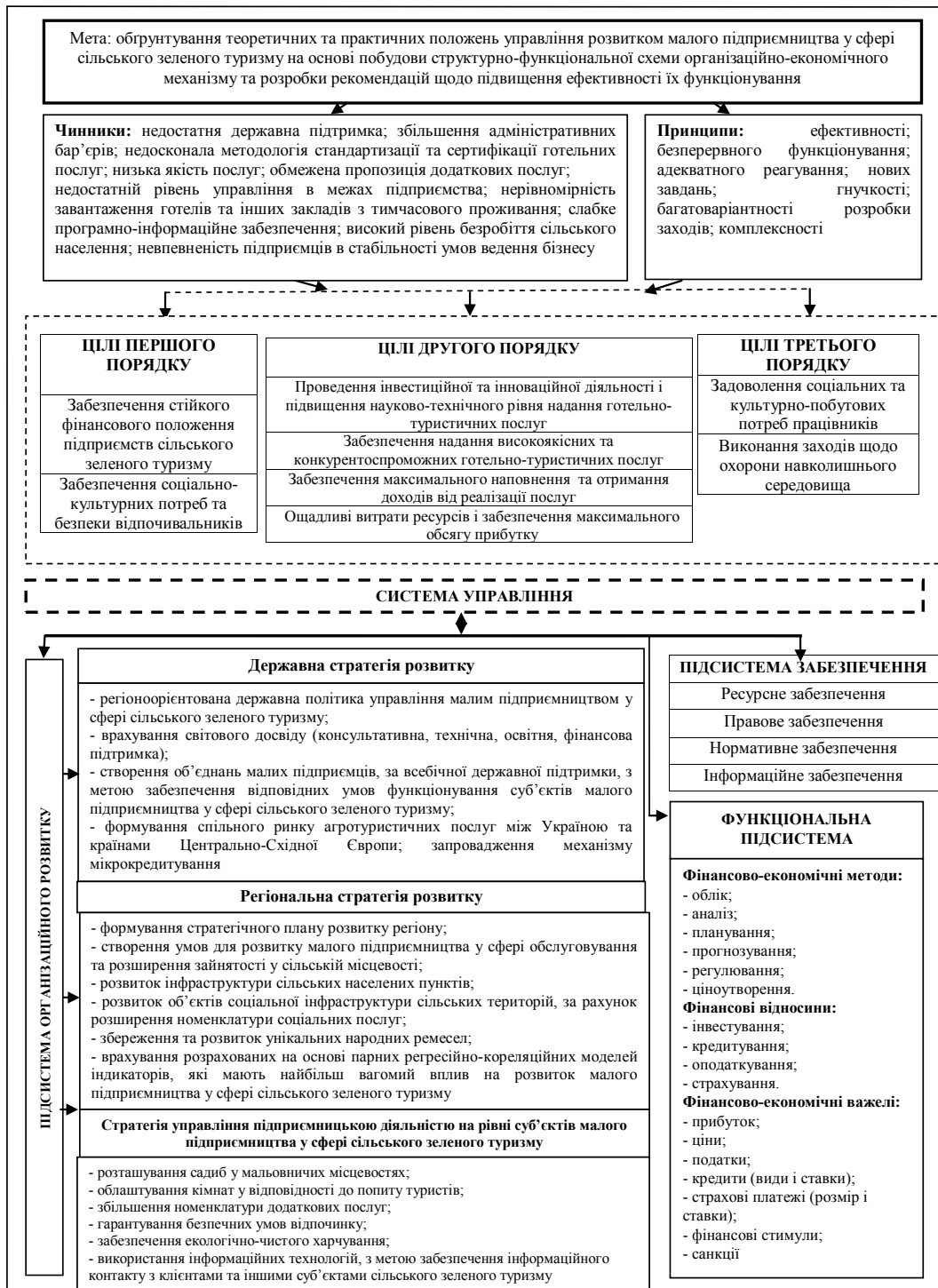


Рис. 2. Структурно-функціональна схема організаційно-економічного механізму управління малим підприємництвом у сфері СЗТ*

*Джерело: сформовано автором

Ресурсне забезпечення включає в себе рекреаційні ресурси, туристичну інфраструктуру, персонал, капітал, виробничі фонди, оборотні кошти, нематеріальні ресурси та інвестиції.

Правове забезпечення полягає у використанні засобів і форм юридичного впливу, спрямованих на регулювання певних відносин та правових заходів. Воно представлене Конституцією України, Законами, підзаконними нормативно-правовими актами і є обов'язковими до виконання.

Нормативне забезпечення включає діючу на підприємстві систему норм і нормативів, інструкцій, методичних вказівок, а інформаційне — систему економічних показників і критеріїв їх оцінки, які включаються до різного роду і виду інформації: економічної, комерційної, фінансової.

Від оптимального визначення норм і нормативів, показників і критеріїв їх оцінки буде залежати вплив організаційно-економічного механізму на підвищення ефективності функціонування об'єкта управління.

Функціональна підсистема реалізуються через фінансово-економічні методи управління і фінансові відносини та фінансово-економічні важелі.

Зазначені функціональні підсистеми по своїй сутності різні. За цією ознакою їх розбиваємо на дві групи. Перша — це підсистеми, що відбивають функції фінансово-економічних методів. До них відносимо: планування, прогнозування, регулювання, ціноутворення, систему оплати праці, аналіз і облік. Друга — це підсистеми, що відбивають функції фінансових відносин, тобто процес руху коштів від одного суб'єкта до іншого. До них відносимо: інвестування, кредитування, оподатковування і страхування.

Фінансово-економічні важелі включають прибуток, ціни, податки (розмір і ставки), амортизаційні відрахування, кредити (види і ставки), страхові платежі (розміри і ставки), фінансові стимули, пільги і санкції. Кожен з них має своє функціональне навантаження і в сукупності вони становлять єдину цілісну систему показників, які регулюють господарську діяльність підприємства

Фінансово-економічні важелі є свого роду засобами дії фінансово-економічних методів.

Прибуток — основна кінцева мета діяльності будь-якого підприємства і являє собою суму, на яку доходи перевищують пов'язані з ним витрати.

Ціни є гнучким інструментом фінансово-економічного важеля, який регулює діяльність окремого суб'єкта господарювання і економіки в цілому.

Податки, кредити, страхові платежі, власне їх розмір і ставки, є ключовими фінансово-економічними важелями організаційно-економічного механізму, тому що їх величини мають прямий вплив на господарську діяльність будь-якого суб'єкта господарювання.

Для зацікавленості в результатах своєї роботи застосовують фінансові стимули. Вони включають заохочувальні фонди підприємств, бюджетне фінансування, пільги в оподаткуванні і ін. Санкції (штрафи, пені), в свою чергу, покликані посилити відповідальність за взяті на себе зобов'язання.

Таким чином організаційно-економічний механізм розвитку малого підприємства у сфері СЗТ являє собою систему як економічних так і організаційних важелів, які впливають на всі сфери діяльності підприємства, і сприяють підвищенню ефективності функціонування цих підприємств, поліпшенню їх іміджу на ринку та одержанню додаткових конкурентних переваг. Головна його мета полягає в підвищенні ефективності результатів діяльності підприємств через впровадження таких заходів:

- формування стратегічного плану розвитку регіону;

- усунення адміністративних бар'єрів на етапі створення малого підприємства;
- зниження соціальної напруги в сфері зайнятості (зниження рівня безробіття);
- поширення знань про основи ведення підприємницької діяльності (тренінги);
- формування осередків підтримки бізнесу на селі;
- надання переваг в оподаткуванні;
- запровадження механізму мікрокредитування тощо.

Дослідження малого підприємництва у сфері СЗТ продемонструвало наявність значної кількості проблем, пов'язаних, в першу чергу, з відсутністю ефективної системи управління всім готельно-туристичним комплексом України. Це вимагає державної підтримки розвитку цього виду економічної діяльності в регіоні, забезпечення належної системи управління на державному та регіональному рівні, створення сприятливих умов діяльності суб'єктів підприємництва в зазначеній сфері діяльності. Цього можна досягнути використовуючи: адміністративні (формування стратегії розвитку підприємства, вдосконалення кадрової політики, стратегічне планування і прогнозування, організацію поточної діяльності підприємства і контроль за її виконанням), соціально-економічні (маркетингові, наукові розробки та дослідження, інформаційне забезпечення, підвищення ролі менеджменту на підприємствах, мотивація праці працівників і ін.), фінансові (створення сприятливого інвестиційного клімату, сприяння розвитку підприємництва, надання податкових пільг, мікрокредитування і ін.), правові (удосконалення нормативно-правового забезпечення розвитку даного виду діяльності та систем стандартизації, сертифікації та категоризації методи управління діяльністю малих підприємств у сфері СЗТ.

В статті розглянуто основні засади реалізації організаційно-економічного механізму управління розвитком малого підприємництва у сфері СЗТ, які потребують підтримки як на державному так і регіональному рівнях.

Реалізація державних та регіональних програм розвитку даного виду діяльності у перспективі сприятиме вирішенню проблем галузі на державному рівні, що забезпечить покращення соціально-економічного становища в регіоні, збільшить турпотоки, позитивно вплине на розвиток суміжних галузей, створить нові робочі місця, збільшить надходження до державного й місцевих бюджетів тощо.

Розробка пріоритетних напрямків розвитку цього виду діяльності в регіоні обумовлена необхідністю дослідження регіональних особливостей формування турпродукту, наявних природно-рекреаційних ресурсів і врахування впливу факторів на функціонування цих суб'єктів.

Для покращення функціонування малого підприємництва у сфері СЗТ необхідно вирішити ряд проблем на загальнодержавному рівні, а саме:

- розширити асортимент і поліпшити якість послуг рекреаційних закладів, які відстають від світового рівня, що знижує конкурентоспроможність турпродукту СЗТ на вітчизняному та світовому ринках відпочинку і туристичних послуг;
- створити комфортні умови для руху транспорту по автошляхах, незадовільний стан яких зменшує кількість туристів, які добираються на відпочинок автотранспортом;
- вдосконалити комплексного рекламно-інформаційного забезпечення СЗТ;
- подолати значні регіональні диспропорції в розвитку рекреаційно-туристичної сфери України;
- створити умови для розвитку багатьох пріоритетних напрямків туристичної і рекреаційної діяльності, таких як: СЗТ, молодіжний, дитячий, краєзнавчий, екологічний, замковий та інші види туризму;

- уніфікувати вітчизняне законодавство в даному виді діяльності;
- вдосконалити систему оподаткування.

Сучасний стан розвитку малого підприємництва у сфері СЗТ вимагає розробки і реалізації дієвої стратегії розвитку досліджуваного виду діяльності на рівні держави, яка повинна враховувати також всі аспекти розвитку суміжних галузей: транспорту, зайнятості населення, охорони здоров'я, сільського господарства, зв'язку тощо.

Спираючись на світовий досвід вважаємо доцільним запровадити систему пільгового оподаткування, надання доступних кредитів; налагодження зв'язків з іноземними країнами з метою впровадження зарубіжного досвіду та створення спільного туристичного продукту; сприяння притоку інвестицій, використання сучасних методів просування турпродукту СЗТ на ринок, створення каталогу сільських садиб з врахуванням всіх туристичних принад.

Проведені дослідження щодо інвестиційної привабливості сільських садиб на ринку туристичних послуг показують, що спостерігається дисбаланс між їх обсягом, структурою та якістю:

- пропозиція в регіоні перевищує попит;
- структура пропозицій подекуди відрізняється від структури попиту;
- якість послуг, що пропонуються не завжди відповідає побажанням споживачів.

Це говорить про те, що інвестор не вкладатиме кошти в ці заклади, в розбудову соціальної інфраструктури, тому що вони користуються незначним попитом на послуги та мають низький рівень конкурентоспроможності. Тому, для підвищення інвестиційної привабливості потрібно, в першу чергу, підвищити рівень конкурентоспроможності послуг через покращення їх якості та розширення номенклатури цих послуг. У зв'язку із цим, нами пропонується концепція розвитку малого підприємництва у сфері СЗТ, спрямована на підвищення конкурентоспроможності цих закладів, якості послуг та залучення інвестицій. Концепція включає заходи, які подано в табл. 1.

Більш детально опис основних пропозицій реалізації концепції пропонуємо нижче.

Головною метою концепції є підвищення рівня сервісу, створення високоефективних, та конкурентоспроможних закладів з тимчасового розміщення в сільській місцевості, що стимулюватиме розвиток туризму — як одного з пріоритетних напрямів розвитку економіки Львівської області, підвищить його інвестиційну привабливість для внутрішніх та іноземних інвесторів. Концепція розвитку малого підприємництва у сфері СЗТ передбачає виконання завдань, які б сприяли:

- створенню нової політики та іміджу сільських садиб в рамках готельного господарства області;
- підвищенню рівня надання послуг проживання та кваліфікації персоналу;
- розвитку туристичної інфраструктури відповідно до вимог міжнародних стандартів;
- розвитку інвестиційної активності та конкуренції у цій сфері;
- забезпеченню ефективного функціонування суб'єктів СЗТ, відповідно до існуючої нормативно-правової бази, спрямованої на вирішення проблем в цій сфері.

Основні пріоритети та напрями розвитку малого підприємництва у сфері СЗТ повинні будуватися з урахуванням основних проблем і недоліків діяльності. Виокремлюють наступні пріоритетні напрями: покращення благоустрою сільських садиб, вулиць, доріг, розвиток об'єктів соціальної інфраструктури, підвищення культурно-освітнього рівня сільського населення, ефективний розвиток яких дозволить набли-

зити якість обслуговування до рівня міжнародних вимог, підвищити рівень завантаженості та дасть змогу отримати прибуток.

Вважаємо за можливе забезпечити через ЗМІ, Інтернет, на конференціях, форумах, виставках, бізнес-зустрічах репрезентацію інвестиційної привабливості суб'єктів малого підприємництва у сфері СЗТ.

Встановлення зв'язку між господарем сільської садиби та потенційним клієнтом можливе за наявності системи розповсюдження інформації про турпродукт.

Таблиця 1

Концепція розвитку малого підприємництва у сфері сільського зеленого туризму на Львівщині

№	Основні положення	Їх характеристика
1	2	3
1	Загальні положення	<p>Концепція розвитку малого підприємництва у сфері сільського зеленого туризму (надалі концепція) — комплекс аналітичних і організаційних заходів, спрямованих на поліпшення якості послуг проживання, раціональне та ефективне використання матеріально-технічної бази, підвищення кваліфікації персоналу, створення сприятливих умов для залучення інвестицій та подальшого розвитку, враховуючи сучасні тенденції та світовий досвід.</p> <p>Концепція визначає основні пріоритетні напрями розвитку малого підприємництва у сфері сільського зеленого туризму, виконання яких підвищить репутацію та якість обслуговування серед закладів з тимчасового проживання, рівень розвитку туристичної інфраструктури, збільшить кількість відвідувачів.</p> <p>Концепція розрахована на середньострокову перспективу та є основою довгострокової політики у сфері туризму як пріоритетного напрямку розвитку економіки.</p>
2	Мета та основні завдання концепції	<p>Головна мета концепції полягає у підвищенні рівня сервісу, створенні високоефективних, динамічно зростаючих та конкурентоспроможних закладів з тимчасового розміщення в сільській місцевості. Це стимулюватиме розвиток туризму — одного з пріоритетних напрямів розвитку економіки Львівської області, підвищить його інвестиційну привабливість для внутрішніх та іноземних інвесторів.</p> <p>Концепція розвитку малого підприємництва у сфері сільського зеленого туризму передбачає виконання таких завдань:</p> <ul style="list-style-type: none"> – створення нової політики та іміджу сільських садиб в рамках готельного господарства області; – підвищення рівня надання послуг проживання відпочивальників та кваліфікації персоналу; – розвиток туристичної інфраструктури відповідно до вимог міжнародних стандартів; – розвиток інвестиційної активності та конкуренції у цій сфері; – поліпшення економічного розвитку сіл та зростанню надходжень до місцевих бюджетів; – забезпечення ефективного функціонування відповідно до існуючої нормативно-правової бази.

Продовження табл. 1

1	2	3
3	Основні пріоритети та напрями розвитку малого підприємництва у сфері сільського зеленого туризму	<p>На підставі проведеного аналізу стану розвитку суб'єктів малого підприємництва у сфері сільського зеленого туризму доцільно окреслити такі пріоритетні напрями розвитку:</p> <ul style="list-style-type: none"> – визначення правового статусу власників садиб на підставі законодавчих актів та їх дотримання в ході діяльності; – впровадження загальноукраїнських стандартів сільського зеленого туризму; – охорона та раціональне використання природно-туристичного потенціалу; – збереження історико-культурних пам'яток, сільських традицій, ремесел; – рекламно-інформаційне забезпечення; – покращення благоустрою сільських населених пунктів, вулиць, доріг та інших об'єктів соціальної інфраструктури; – дотримання санітарно-гігієнічних вимог харчування та проживання клієнтів; – підвищення кваліфікації власників та обслуговуючого персоналу садиб; – використання передового досвіду; – підвищення рівня завантаженості сільських садиб з метою забезпечення прибуткової діяльності.
4	Удосконалення матеріально-технічної бази суб'єктів малого підприємництва у сфері сільського зеленого туризму	<p>Удосконалення матеріально-технічної бази суб'єктів малого підприємництва у сфері сільського зеленого туризму повинно здійснюватися через модернізацію та реконструкцію сільських садиб у відповідності до санітарних вимог та міжнародних стандартів, розвиток інфраструктури відповідно до потреб споживачів та забезпечення фінансово-кредитної підтримки.</p>
5	Підвищення якості обслуговування	<p>Одна з основних умов підвищення конкурентоздатності суб'єктів малого підприємництва у сфері сільського зеленого туризму — відмінне обслуговування клієнтів. Для цього необхідно:</p> <ul style="list-style-type: none"> – впровадити програму підвищення якості послуг, яка складатиметься з кількох компонентів: семінари для власників сільських садиб (питання стандартів сервісу, навчання, заохочення і оцінки персоналу), професійні тренінги для персоналу, комплексні навчально-консультаційні проекти на замовлення, які дозволять оцінити та вдосконалити свої послуги; – здійснити заходи, які дозволили б привести туристичні послуги відповідно до потреб відпочивальників; – активізувати співпрацю з навчальними закладами з підготовки кадрів; – запровадити вивчення досвіду організації роботи суб'єктів малого підприємництва у сфері сільського зеленого туризму з врахуванням зарубіжного досвіду; – ретельно працювати зі скаргами, відгуками та пропозиціями клієнтів; – проводити всебічний та безперервний контроль за якістю обслуговування.

Продовження табл. 1

1	2	3
6	Механізм реалізації	<p>Реалізація поставленої мети можлива при:</p> <ul style="list-style-type: none"> – постійному моніторингу за діяльністю суб'єктів малого підприємництва у сфері сільського зеленого туризму; – створенні каталогу сільських садиб у Львівській області; – співпраці власників сільських садиб з регіональними органами управління у сфері туризму, науковцями. – всебічної підтримки, в першу чергу фінансово-кредитної.
7	Очікувані результати	<p>Реалізація концепції сприятиме розвитку суб'єктів малого підприємництва у сфері сільського зеленого туризму як одного з основних складових туристичної індустрії Львівської області; підвищить зацікавленість внутрішніх та іноземних інвесторів; підвищить та наблизить рівень обслуговування і якість надання послуг до загальноприйнятих світових стандартів; систематизуватиме та вдосконалим процес отримання та обробки статистичних даних, маркетингових досліджень для планування подальшого розвитку цього виду діяльності</p>

* сформовано автором на основі проведених досліджень.

Враховуючи тенденцію розвитку суб'єктів малого підприємництва у сфері СЗТ, залучити науковців-маркетологів до здійснення діагностики та оцінки маркетингових можливостей з врахуванням місцевих факторів впливу.

А саме, детально вивчити ситуацію, яка склалася на ринку, насамперед попит та пропозицію на турпродукт СЗТ, можливості зробити прогноз попиту на наступний сезон, застосовувати різні інструменти, з метою активізації попиту через систему знижок, розширення номенклатури послуг та використання дієвіших засобів просування турпродукту на ринок.

Однією з основних умов підвищення конкурентноздатності суб'єктів малого підприємництва у сфері СЗТ є відмінне обслуговування клієнтів. Клієнти завжди пам'ятають заклади, в яких вони почуваються комфортно. А в ті заклади, де їх обслуговували погано, скоріш за все, більше ніколи не повернуться. Для покращення якості цих послуг необхідно не тільки відновити їх матеріально-технічну базу, а й підвищити кваліфікацію суб'єктів малого підприємництва у сфері СЗТ, покращити якість веб-ресурсів. Для цього необхідно:

- впровадити програму підвищення якості послуг, яка складатиметься з кількох компонентів: семінари для власників сільських садиб (питання стандартів сервісу, навчання, заохочення і оцінки персоналу), професійні тренінги для персоналу, комплексні навчально-консультаційні проекти на замовлення, які дозволять оцінити та вдосконалити їхні послуги;
- здійснити заходи, щоб послуги максимально відповідали вимогам споживачів, тобто були гнучкими. Комфортні умови відпочинку повинні включати п'ять складових: інформаційну (надання повної та достовірної інформації про заклад), економічну (зручність розрахунків), естетичну (естетично оформлений інтер'єр, який створює атмосферу домашнього затишку), побутову (створення комфортних побутових умов для відпочинку) і психологічну (сприятливий психологічний клімат, гостинність та повага до клієнтів);

- активізувати співпрацю навчальних закладів з підготовки кадрів для цих підприємств;
- запровадити вивчення передових методів організації роботи по пріоритетних напрямках суб'єктів малого підприємництва у сфері СЗТ з врахуванням зарубіжного досвіду;
- ретельно працювати зі скаргами, відгуками та пропозиціями клієнтів;
- проводити всебічний та безперервний контроль за якістю обслуговування.

Досягнення поставленої мети концепції розвитку суб'єктів малого підприємництва у сфері СЗТ залежить від співпраці власників сільських садиб з регіональними органами управління в сфері туризму та науковцями.

Реалізація концепції сприятиме розвитку суб'єктів малого підприємництва в сфері СЗТ, як одного з основних складових туристичної індустрії Львівської області; підвищить зацікавленість внутрішніх та іноземних інвесторів; підвищить та наблизить рівень обслуговування і якість надання послуг до загальноприйнятих світових стандартів; систематизуватиме та вдосконалим процес отримання та обробки статистичних даних, маркетингових досліджень для планування подальшого розвитку малого підприємництва у сфері СЗТ.

За результатами дослідження виявлено, що зі збільшенням обсягів додаткових послуг, їх якість знижується. Для подолання даної проблеми власники сільських садиб повинні вживати відповідних заходів. Якість послуг обов'язково повинна включати такі складові як: соціальна якість (відповідність наданих послуг матеріальному стану відпочиваючих, з врахуванням регіональних особливостей та високого рівня обслуговування), технічна якість (забезпечення належної матеріально-технічної бази), правова якість (дотримання вимог законодавчих актів в процесі надання послуг) та економічна якість (надані послуги повинні свідчити про корисність, тобто свідчити про ефективність задоволення потреб туристів).

Існує тісний зв'язок між рівнем внутрішнього оформлення і санітарним станом номерів, у якому клієнт проживав востаннє, що мотивує його знову вдатися до послуг того самого власника сільської садиби. Велика кількість недоліків в обладнанні номерів, різко зменшує бажання клієнта у майбутньому зупинитися у тій самій садибі. Тобто кращі умови проживання слід розглядати як фактор, що сприяє поширенню позитивної інформації про сільську садибу, залученню нових клієнтів, перетворенню випадкових клієнтів на постійних.

Висновки. Отже, концепція розвитку та конкурентна стратегія розвитку малого підприємництва у сфері СЗТ повинні враховувати побажання клієнтів, які прагнуть, заплативши високу ціну, задовольнити всі свої бажання стосовно рівня комфорту. Задоволення таких бажань є високоприбутковим, тому власники садиб повинні пропонувати і номери з найкращим обладнанням і сервісом. Вони повинні диференціювати номери за рівнем комфортності, це відповідатиме реальному поділу споживачів за їх платоспроможністю і дасть можливість маневрувати наявними матеріально-технічними засобами. Реалізація вище згаданих заходів збільшить кількість клієнтів, підвищить імідж закладу та збільшить його прибуток.

Список використаних джерел

1. Астапова Г.В., Астапова Е.А., Лойко Д.П. Организационно-экономический механизм корпоративного управления в современных условиях реформирования экономики Украины. Донецк: Дон-ГУЭТМ им. М. Туган-Барановского, 2001. 526 с.

2. Біла І.П. Організаційно-економічний механізм управління гнучкістю виробничих систем: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами». Донецьк, 2006. 16 с.
3. Козаченко Г.В. Організаційно-економічний механізм як інструмент управління підприємством / Г.В. Козаченко // Економіка. Менеджмент. Підприємство. — 2003. — № 11.
4. Лысенко Ю. Организационно-экономический механизм управления предприятием / Ю. Лысенко, П. Егоров // Экономика Украины. — 1997. — № 1. — С. 86–87.
5. Паламарчук О.М. Сутність та формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/evu/2011_17_2/Palamarchuk.pdf
6. Тридід О.М. Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємства: [Монографія] / О.М. Тридід. — Харків. : Вид-во ХДЕУ, 2002. — 364 с.
7. Єпіфанов А.О., Москаленко В.П., Шипунова О.В. Обґрунтування фінансового механізму підприємства // Фінанси України. — 2004. — № 1. — С. 3–11.
8. Бланк И.А. Торговый менеджмент / И.А. Бланк. — К. : Україно-Фінський ін-т менеджмента и бизнеса, 1997. — 408 с.
9. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцов. — [3-е изд.]. — М. : ИНФРА–М, 2001. — 480 с.
10. Экономическая энциклопедия / [гл. ред. Л.И. Абалкин]. — М. : Сов.энциклопедия, 1999. — 560 с.
11. Экономический словарь / под.ред. А.Н. Азрилияна. М. : Ин-т новой экономики, 2007. — 1152 с.

References

1. Astapova, Gh., Astapova, E. and Lojko, D. (2001), Orghanyzacyonno-ekonomycheskyj mekhanyzm korporatyvnogho upravlenyja v sovremennukh uslovyjakh reformyrovanyja ekonomyky Ukrainu [Organizational-economic mechanism of corporate governance in modern conditions of reforming of economy of Ukraine]. Doneck: Don-GhUETM ym. M. Tughan-Baranovskogho (in Russian).
2. Bila, I. (2006), «Organizational and economic mechanism for controlling the flexibility of production systems», Extended abstract of PhD dissertation, Economy and management of enterprises (by types of economic activity), Donetsk, Ukraine.
3. Kozachenko, H.(2003) Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizmy yak instrument upravlinnia pidpriemstvom [Organizational and economic mechanism as a tool for regulating entrepreneurial activity]. *Economy. Management. Enterprise*, no.11. pp.
4. Lysenko, Ju., Eghorov P. (1997), Orghanyzacyonno-ekonomycheskyj mekhanyzm upravlenyja predpryatyem [Organizational and economic mechanism of enterprise management]. *Economy of Ukraine*, no. 1, pp. 86–87.
5. Palamarchuk, O. (2011), «The essence and formation of the organizational and economic mechanism for managing the competitiveness of the enterprise», Retrieved from http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/evu/2011_17_2/Palamarchuk.pdf (In Ukrainian) (Accessed 18 August 2018).
6. Trydid O. (2002), Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizmy stratehichnoho rozvytku pidpriemstva [Organizational-economic mechanism of strategic development of entrepreneurship], View of KDEU, Kharkiv, Ukraine.
7. Epifanov A.O., Moskalenko V.P., Shipunova O.V. (2004), Obgruntuvannya finansovogo mehanizmu pidpriemstva. *Finansi Ukrainy*, no. 1, pp. 3–11.
8. Blank, I.A. (1997), *Torgovyy menedzhment* [Trade management], Kiev : Ukrainian-Finnish Institute of Management and Business (in Ukraine)
9. Reizberg, B.A.L., Lozovsky S.H., Starodubtsov E.B. (2001), *Sovremennyy ekonomicheskiy slovar* '[The Modern Economic Dictionary], Moscow: INFRA-M (in Russian).