

## **МЕТОДИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СУТНОСТІ, ПОНЯТТЯ І ХАРАКТЕРНИХ РИС ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Одним із найважливіших завдань у поточний період розвитку економіки України є виявлення позитивних тенденцій і факторів діяльності підприємств, у тому числі й туристичних.

Виникнення структурних перетворень в економіці України, формування сучасних економічних зв'язків та принципів господарювання в туристичній галузі, існування різних форм власності, удосконалення законодавчої бази привели до необхідності формулювання поняття "підприємство" для туристичного напрямку, яке нерозривно пов'язано з діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу і являє собою складову частину туристичного підприємства.

Туристична діяльність відіграє важливу роль у соціально-економічному житті України. Статус і зацікавленість держави в подальшому розвитку цієї галузі посилюють вплив туризму на всі сфери життя людини. Уточнення сутності поняття та характерних рис туристичного підприємства є актуальним питанням економічного сьогодення.

Функціонування туристичного підприємства, як і інших будь-яких підприємств, базується на принципах підприємницької діяльності, які сформульовано в Господарському кодексі України [1], «Загальними принципами господарювання в Україні є:

забезпечення економічної багатоманітності та рівний захист

державою усіх суб'єктів господарювання;

свобода підприємницької діяльності у межах, визначених законом;

вільний рух капіталів, товарів та послуг на території України;

обмеження державного регулювання економічних процесів у зв'язку з необхідністю забезпечення соціальної спрямованості економіки, добросовісної конкуренції у підприємстві, екологічного захисту населення, захисту прав споживачів та безпеки суспільства і держави;

захист національного товаровиробника;

заборона незаконного втручання органів державної влади та органів місцевого самоврядування, їх посадових осіб у господарські відносини».

Підприємствам туристичної галузі надано код виду економічної діяльності 63, зокрема 63.3.0 «Послуги з організації подорожувань» відповідно до нормативного документа Державного комітету статистики України (2006 р.) «Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності. ДК 009:2005».

Суб'єктами господарювання, до яких належать як юридичні, так і фізичні особи, згідно із [1] є учасники

«господарських відносин, які здійснюють

господарську діяльність, реалізуючи господарську компетенцію (сукупність господарських прав та обов'язків), мають відокремлене майно і несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна, крім випадків, передбачених законодавством» (рис. 1).

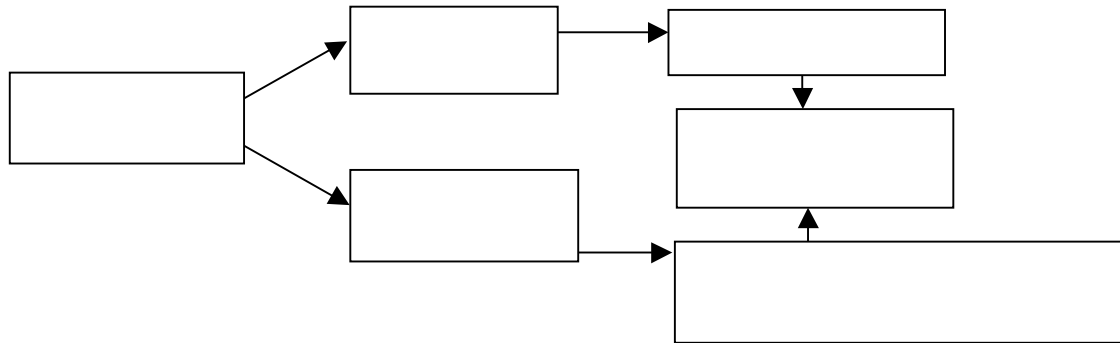


Рис. 1. Схема участі суб'єктів господарювання в господарській діяльності

тва, регулюються Конституцією України, кодексами та законами України, нормативно-правовими актами Президента України та Кабінету Міністрів України, нормативно-правовими актами інших органів державної влади, органів місцевого самоврядування, а також іншими нормативними актами.

Види й організаційні форми, організаційна структура, управління, майно, господарські відносини підприємства з іншими підприємствами, організаціями, громадянами, зовнішньоекономічна ді-

Відносини у сфері господарювання (господарсько-виробничі, організаційно-господарські та внутрішньогосподарські), учасниками яких є туристичні підприємс-

яльність, соціальна діяльність туристичних підприємств відповідають ст. 63-69 Господарського кодексу України від 16.01.2003 р. № 436-IV.

Метою статті є аналіз термінологічного апарату понять «підприємство», «туристичне підприємство» і формування пропозицій щодо уточнення поняття «туристичне підприємство».

Необхідно відзначити, що поняття «підприємство» неодноразово використовувалось у нормативних та законодавчих документах України (див. таблицю).

Таблиця 1. Характеристика терміну „підприємство” в нормативних та законодавчих документах України

№ з/п.	Ознака терміна «підприємство»	Джерела
1	2	3
1	Підприємство – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому цим Кодексом та іншими законами [1]	Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV
2	Підприємства – юридичні особи (крім банків) незалежно від організаційно-правової форми та форми власності (їх відокремлені підрозділи), що є учасниками відносин у сфері господарювання, зокрема суб'єкти господарювання, які здійснюють підприємницьку діяльність, а також інші суб'єкти господарювання, органи державної влади та органи місцевого самоврядування [2]	Національний банк, Постанова "Про затвердження Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні" від 15.12.2004 р. № 637

## Продовження таблиці

1	2	3
3	Підприємство – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому Господарським кодексом та іншими законами [3]	Міністерство палива та енергетики, Наказ "Про затвердження Правил технічної експлуатації електроустановок споживачів" від 25.07.2006 р. № 258
4	Підприємство (промислове) – статутний суб'єкт, який має право юридичної особи та здійснює виробництво і реалізацію продукції певних видів із метою одержання відповідного прибутку [4]	Держнаглядохоронпраці, Мінпраці, Наказ "Про затвердження Положення щодо розробки планів локалізації та ліквідації аварійних ситуацій і аварій" від 17.06.1999 р. № 112
5	Підприємство – основна організаційна ланка народного господарства України. Підприємство – самостійний господарюючий статутний суб'єкт, який має права юридичної особи та здійснює виробничу, науково-дослідницьку і комерційну діяльність із метою одержання відповідного прибутку (доходу) [5]	ВР УРСР Закон «Про підприємства в Україні» від 27.03.1991 № 887-ХІІ. Втратив силу
6	Підприємства – юридичні особи незалежно від форми власності (у тому числі органи державної влади та установи й організації, що утримуються за рахунок коштів державного бюджету), філії, представництва, відділення та інші відокремлені підрозділи, у тому числі структурні підрозділи, виділені в процесі приватизації, виборчі фонди (політичних партій, виборчих блоків партій та кандидатів у депутати), представництва юридичних осіб-нерезидентів, іноземних інвесторів, фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності [6]	Національний банк, Постанова "Про затвердження Інструкції про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті" від 21.01.2004 р. № 22
7	Підприємство – самостійний господарюючий суб'єкт, який має права юридичної особи та здійснює виробничу, науково-дослідницьку і комерційну діяльність із метою одержання відповідного прибутку (доходу) [7]	Національна служба посередництва і примирення, Наказ "Про затвердження Положення про порядок проведення примирних процедур по вирішенню колективних трудових спорів (конфліктів)" від 24.04.2001 р.

## Закінчення таблиці

1	2	3
8	Підприємство – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому Господарським кодексом та іншими законами [8]	Державний комітет із питань технічного регулювання та споживчої політики, Наказ "Про затвердження національних стандартів України, державних класифікаторів України, національних змін до міждержавних стандартів, внесення зміни до наказу Держспоживстандарту України від 31.03.2004 р. № 59 та скасування нормативних документів" від 28.05.2004 р. № 97
9	Підприємство – самостійний господарюючий статутний суб'єкт, який має права юридичної особи та здійснює виробничу, науково-дослідницьку і комерційну діяльність із метою одержання відповідного прибутку (доходу) [9]	Державна податкова адміністрація, Лист "Щодо Методичних рекомендацій працівникам підрозділів організації оперативних заходів по скороченню податкової заборгованості щодо виявлення та розкриття злочину, передбаченого ст. 218 КК України "Фіктивне банкрутство" від 28.10.2002 р. № 1021/7/26-9017

Аналіз наведених у таблиці нормативних та законодавчих актів показує, що в тих із них, які створювались у проміжок часу, коли дійсним був Закон України «Про підприємства в Україні» (втратив чинність) [5], для визначення терміна «підприємство» використовувались засади цього Закону [2, 4, 7, 9].

Однак, після набрання чинності Господарського кодексу України [1], характерними рисами підприємства є такі як: самостійність, упорядковане створення, задоволення суспільних та особистих потреб, здійснення будь-якої діяльності [3, 7, 8]. Формулювання

терміна «підприємство» [1] наочно підтверджує його якісну характеристику і місце в сучасному господарюванні.

Проте у законодавчих і нормативних документах, а також деякими авторами, використовуються такі назви:

«фірма» (фірмове найменування, магазин, торгівля, харчування, проїзд),

«компанія» – для фінансових, страхових, енегогенеруючих підприємств;

«організація», «установа» – для фінансових, благодійних, всеукраїнських суспільних організацій інвалідів,

неприбуткових, профспілкових, релігійних організацій та установ;

«господарче товариство» – для акціонерних та товариств із відповідальністю [10-16].

Указані назви за текстом і змістом означених джерел є синонімами терміна «підприємство».

Буде доречним навести таке визначення: «підприємство – це організаційно відокремлена й економічно-самостійна ланка виробничої сфери народного господарства, що спеціалізується на виготовленні продукції, виконанні робіт і наданні послуг», яке вживається тільки як пояснючий термін [17], який не охоплює напрямів збутової та посередницької діяльності. Таким чином, для характеристики юридичних суб'єктів туристичної діяльності, серед яких функціонують туристичні оператори, туристичні агенти і для яких виключною діяльністю є поєднання зусиль на організацію та забезпечення створення (туроператори) і реалізацію туристичного продукту (турагенти) [18], необхідно конкретизувати термін «туристичне підприємство».

Нормативно-правова база туристичної діяльності регулюється як основним, так і спеціальним законодавством.

Правову базу діяльності туристичної галузі закладено Законом України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18.11.2003 р. № 1282-XV [18]. Він є основоположним законодавчим актом, який визначає основні правові, організаційні, освітні та соціально-економічні способи реалізації державної політики в туристичній галузі. Крім того, Закон створює умови для стимулювання ділової активності суб'єктів туристичного підприємництва, забезпечує оптимальний рівень державного регулювання процесу

розвитку вітчизняного туризму. Цей Закон є правовою основою для розробки цілого комплексу галузевих нормативно-інструктивних документів, які регулюють туристичну діяльність. Він спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здорове довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він установлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією та здійсненням туризму на території України.

У цьому Законі визначено терміни «туризм», «турист», «туристичний продукт», «супутні туристичні послуги та товари», «характерні туристичні послуги та товари», «просування туристичного продукту», «місце продажу (реалізації) туристичних послуг», «місце надання туристичних послуг». Проте поняття «туристичне підприємство» цим законодавчим документом не визначено.

Для формування цього терміна необхідно враховувати, що туристичне підприємство характеризується загальними для всіх підприємств рисами, а також володіє власними, специфічними.

Сьогодні туризм – могутня світова індустрія, яка виробляє до 10% світового валового продукту. Треба відзначити, що

ринок світового туризму становить лише частину загального туристичного ринку. Тому дуже важливо пам'ятати про існування специфічних чинників туризму, які необхідно враховувати для характеристики туристичної діяльності (рис. 2).

Із наведеної схеми видно, що в першу чергу виділяють природно-кліматичні чинники, до яких відносяться: природні ресурси, архітектурні й історичні пам'ятники, технічні можливості, наявність зон рекреації, і які можуть спонукати туристів подорожувати до тієї чи іншої країни або місцевості.

Економіко-політичні чинники визначають рівень економічного та політичного розвитку країн, на що

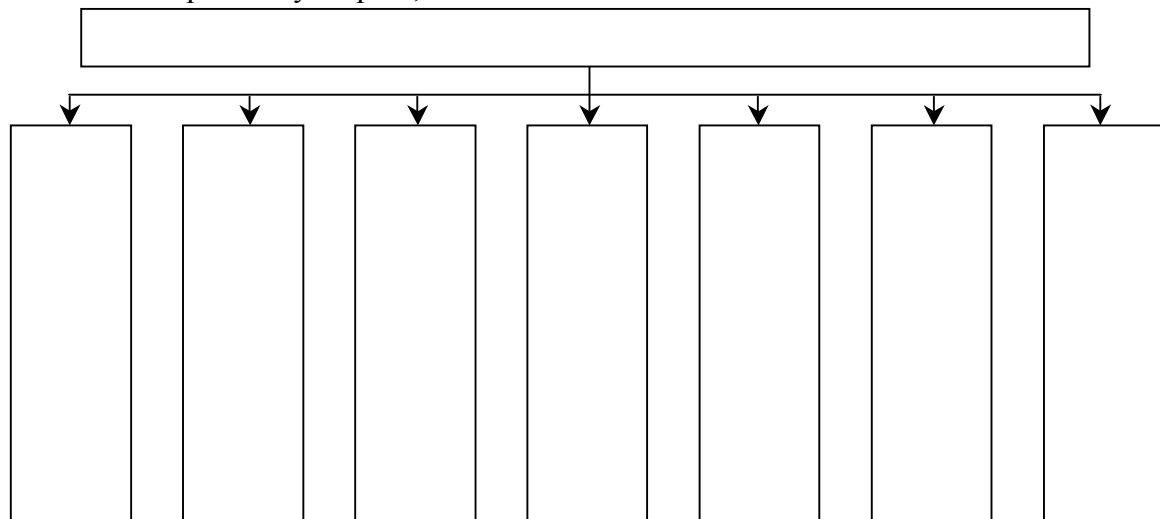


Рис. 2. Класифікація специфічних чинників туристичної сфери

Крім того, діяльність туристичного підприємства на довгострокові періоди неможлива без урахування чинників зміни пріоритетів та смаків на туристичному ринку, тому що туризм – це сфера, яка залежить від безлічі чинників, і неможливо точно оцінити, яка ситуація може відбуватися за рік або навіть за місяць.

Сьогодні для обслуговування туристів потрібно ще більше спеціалістів багатьох суміжних галузей, які і

спиратиметься туристичне підприємство у своїй роботі.

До техніко-технологічних чинників належать технічне обладнання, наявність комп'ютерів, оргтехніки тощо. Крім того, сюди відноситься також обладнання, без якого туристи не мають змоги здійснити туристичну подорож. Це заходи розміщення, організація харчування, можливості трансферу, наявність необхідного обладнання для відпочивальників.

складають сутність туристичної індустрії та її інфраструктури. Уже на сьогоднішній день кожна 15 людина на планеті працює у сфері туризму. Це дуже важливо, тому що у сфері туризму до обслуговування залучається кількість робітників, значно більша за кількість самих туристів, – туризм надає робочі місця.

Тому підприємствам туристичної діяльності важливо мати висококваліфіковані кадри, які знаються

у цій сфері та працюють ефективніше, забезпечуючи стабільний розвиток підприємства, підвищуючи його конкурентоспроможність.

До інституційних чинників відносять державні, комерційні та приватні структури, законодавчі та правові акти, рекламно-інформаційну діяльність, оформлення віз тощо.

Крім того, у ході діяльності туристичного підприємства слід ураховувати такий чинник, як ринок туристичних послуг, тобто наявність конкурентів у даному регіоні та інфраструктуру – комплекс споруд, інженерних та комунікаційних мереж, шляхів, суміжні індустрії туризму підприємства тощо.

Багато керівників туристичної сфери розуміють, що для збереження виробничої життєздатності та досягнення намічених цілей підприємство має постійно стежити за основними технологічними компонентами і робити висновки щодо своїх потреб у змінах, тобто процес створення туристичних послуг має базуватися на оптимальних варіантах та характеризуватися гнучкістю виробництва. При цьому об'єктом управління стають такі ситуації на підприємстві, що охоплюють усі служби, а система виробничого планування будується таким чином, щоб бути орієнтованою на досягнення поставлених перед туристичним підприємством кінцевих цілей.

Для вирішення проблем управління виробничим розвитком туристичного підприємства використовують такі технології бізнесу, концепція яких припускає наскрізний розгляд створення туристичних послуг як сукупність матеріальних, інформаційних, фінансових потоків за взаємозв'язаними підрозділами підприємства незалежно від його організаційної структури.

Результатом аналізу бізнес-процесів є повний і всебічний опис діяльності туристичного підприємства шляхом побудови його базових інформаційних моделей у взаємодії з моделлю зовнішнього середовища.

Певна частина авторів, розглядаючи стан та перспективи розвитку організаційно-правових засад управління туристичною галуззю, не ставлять собі за мету формулювати поняття «туристичне підприємство». Однак цими авторами розкрито значущість туристичної галузі, зроблено акцент на наявності умов для створення її подальшого розвитку, запропоновано заходи щодо поліпшення управління, формування та оцінки конкурентоспроможності туристичних підприємств. Аналіз цих робіт стане у пригоді для усвідомлення ролі й місця туристичного підприємства в сучасній економіці та ці дослідження будуть корисними для формулювання терміна «туристичне підприємство».

Так, автор роботи [19] підкреслює, що «сьогодні туристичні підприємства та громадські організації не можуть бути байдужими статистами, вони мусять відігравати більш значущу роль у процесах реформування, усунення адміністративних та економічних перешкод у здійсненні підприємницької діяльності, безпосередньо впливати на державні рішення ще на початкових етапах їх прийняття. Одним із першочергових завдань у цьому зв'язку могло б стати недопущення видання неринкових, економічно недоцільних регуляторних актів у туристичній галузі».

Автор роботи [20], який надав характеристику туристичної діяльності в Донецькій області, обґрунтовує напрями активізації діяльності «хозяйствующих суб'єктів туризму» і підкреслює, що «в Донецькій області имеются все



рекреационные предпосылки для развития туристической отрасли при условии реализации первостепенных направлений создания законодательной, нормативной, организационной и финансовой среды, способствующей активизации деятельности туристических предприятий».

Авторами роботи [21] запропоновано побудову організаційної структури управління маркетинговими комунікаціями туристичних підприємств, яка полягає у створенні такої управлінської оболонки, що збільшуватиме комунікаційний потенціал у трьох напрямках, і насамперед на туристичному підприємстві.

Автор роботи [22] підкреслює, що «в настоящее время еще отсутствует научно обоснованная методология формирования туристических предприятий, которая представляла бы собой совокупность методов и методических подходов, применение которых позволило бы, с одной стороны, учесть мировой опыт развития сферы туризма, а с другой – принять во внимание особенности становления рыночной экономики в Украине и своеобразие трансформационных процессов организации национального хозяйства».

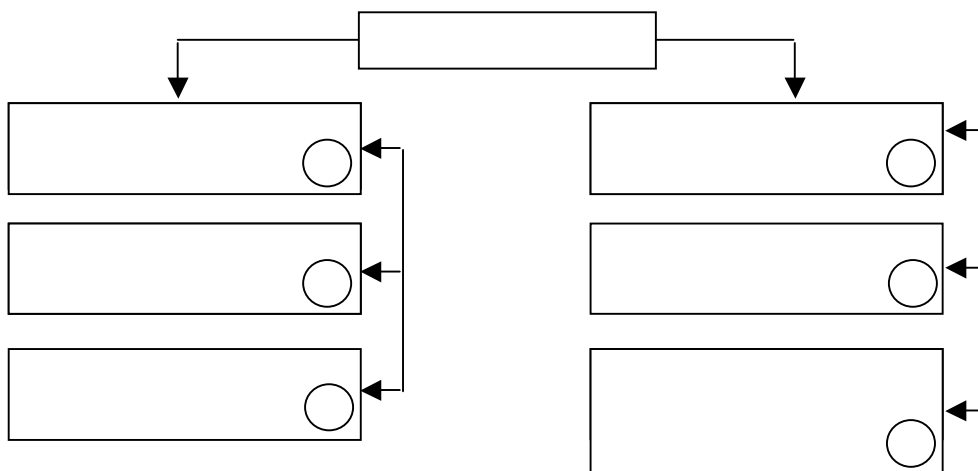
Автори роботи [23] розглядають туристичне підприємство, як систему, що являє собою комплекс показників внутрішнього середовища підприємства (мікросередовище) і показників

безпосереднього оточення підприємства (макросередовище). На базі цих показників було запропоновано використання рефлексивного підходу до оцінки конкурентоспроможності підприємств туристичного бізнесу.

Автор роботи [24] відзначає, що до туристичних підприємств необхідно відносити ті з них, які здійснюють безпосереднє створення (виробництво) туристичних продуктів.

Для визначення поняття «туристичне підприємство» буде доцільним також і використання поняття господарського механізму підприємства як сукупності економічних можливостей, які функціонують на всіх рівнях та надають можливість згідно з об'єктивними законами суспільного розвитку активно впливати на виробничу діяльність колективу для вирішення економічних та соціальних завдань, що поставлені перед колективом і суспільством у цілому [25].

На формування термінологічного апарату поняття «туристичне підприємство» будуть впливати такі загальні (1) та спеціальні туристичні чинники (2) (рис. 3):



*Рис. 3. Чинники, що впливають на формування терміна «туристичне підприємство»*

1а. Загальноекономічні закони, що обумовлюють функціонування туристичного підприємства на макро- та мікрорівнях.

1б. Загальне законодавство України, з якого першоступеневим підґрунтям є Господарський кодекс України.

2а. Спеціальні риси, що характеризують господарський механізм туристичних підприємств, які сконцентровано у спеціальному законодавстві України, Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм».

2б. Управлінські й економічні особливості туристичних підприємств.

Автором запропоновано таке визначення терміна «туристичне підприємство»: туристичне підприємство – самостійний суб'єкт господарювання в туристичній галузі, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, чи іншими суб'єктами, як конкурентоспроможна підприємницька структура для задоволення суспільних потреб у туристичних послугах шляхом здійснення туристичної діяльності згідно з об'єктивними законами суспільного, економічного та державного розвитку та в порядку, передбаченому кодексами та законами України.

*Висновки.* Запропоноване автором нове формулювання терміна «туристичне підприємство» доповнює його і, на відміну від уже існуючих, розкриває специфічну сутність туристичної галузі для економіки України, надає реальну

можливість прискорити адаптацію туристичних підприємств у зовнішньому оточенні, ретельніше підійти до регулювання внутрішнього господарського механізму туристичного підприємства, посилити роль та визначити місце туристичного підприємства в суспільному розвитку України.

Означений новий термін рекомендується для використання в науковій, навчальній та практичній діяльності фахівців, науковців та студентів, а також як доповнення до Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм».

### **Література**

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV // Ліга. – Закон. Главный бухгалтер.

2. Національний банк: Постанова «Про затвердження Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні» від 15.12.2004 р. № 637 // Ліга. – Закон. Главный бухгалтер.

3. Міністерство палива та енергетики: Наказ «Про затвердження Правил технічної експлуатації електроустановок споживачів» від 25.07.2006 р. № 258 // Ліга. – Закон. Главный бухгалтер.

4. Держнаглядохоронпраці, Мінпраці: Наказ «Про затвердження Положення щодо розробки планів локалізації та ліквідації аварійних ситуацій і аварій» від 17.06.1999 р. № 112 // Ліга. – Закон. Главный бухгалтер.

5. ВР УРСР: Закон «Про підприємства в Україні» від 27.03.1991 р. № 887-ХІІ // Ліга. – Закон. Главный бухгалтер

6. Національний банк: Постанова «Про затвердження Інструкції про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті» від 21.01.2004 р. № 22 // Ліга. – Закон. Главный бухгалтер.

7. Національна служба посередництва і примирення: Наказ «Про затвердження Положення про порядок проведення примирних процедур по вирішенню колективних трудових спорів (конфліктів)» від 24.04.2001 р. № 92 // Ліга. – Закон. Главный бухгалтер.

8. Державний комітет з питань технічного регулювання та споживчої політики: Наказ «Про затвердження національних стандартів України, державних класифікаторів України, національних змін до міждержавних стандартів, внесення зміни до наказу Держспоживстандарту України від 31.03.2004 р. № 59 та скасування нормативних документів» від 28.05.2004 р. № 97 // Ліга. – Закон. Главный бухгалтер.

9. Державна податкова адміністрація: Лист «Щодо Методичних рекомендацій працівникам підрозділів

організації оперативних заходів по скороченню податкової заборгованості щодо виявлення та розкриття злочину, передбаченого ст. 218 КК України «Фіктивне банкрутство» від 28.10.2002 р. № 1021/7/26-9017 // Ліга. – Закон. Главный бухгалтер.

10. Мінекономіки: Наказ «Про затвердження Рекомендацій щодо організації роботи фірмового магазину» від 18.01.2001 р. № 12 // Ліга. – Закон. Главный бухгалтер.

11. Міністерство транспорту та зв'язку: Наказ «Про затвердження Правил перевезення пасажирів, багажу, вантажобагажу та пошти залізничним транспортом України» від 27.12.2006 р. № 1196 // Ліга. – Закон. Главный бухгалтер.

12. Мінекономіки: Наказ «Про затвердження Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства» від 24.07.2002 р. № 219 // Ліга. – Закон. Главный бухгалтер.

13. Мінтранс: Наказ «Про затвердження Положення про технічне обслуговування і ремонт дорожніх транспортних засобів автомобільного транспорту» від 30.03.1998 р. № 102 // Ліга. – Закон. Главный бухгалтер.

14. Закон України «Про патентування деяких видів підприємницької діяльності» від 23.03.1996 р. № 98/96-ВР // Ліга. – Закон. Главный бухгалтер.

15. Закон України «Про державну ре-

єстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців» від 15.05.2003 р. № 755-IV // Ліга. – Закон. Главный бухгалтер.

16. Закон України «Про систему оподаткування» від 26.06.1991 р. № 1251-XII // Ліга. – Закон. Главный бухгалтер.

17. Бойчук І.М. Економіка підприємства: Навч. посібник. – К.: Атіка, 2002. – С. 480.

18. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм»» від 18.11.2003 р. № 1282-XV // Офіційний вісник України. – 2003. – № 50. – Ст. 2600. – С. 34-55.

19. Козловський В. Організаційно-правові засади управління туристичною галуззю // Вісник Національної академії державного управління при Президентіві України. – 2005. – № 1. – С. 400-406.

20. Данильчук В.Ф. Направлення активизации деятельности туристических предприятий промышленных регионов // Економіка промисловості. – 2006. – № 2. – С. 192.

21. Ведмідь Н.І., Сахарова Т.В. Оптимальна організація комунікаційної

взаємодії суб'єктів туристичного ринку // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 2. – С. 53-57.

22. Данильчук В.Ф. Направлення совершенствования методологии формирования туристических предприятий // Економіка промисловості. – 2006. – № 3. – С. 50.

23. Лепа Р.Н., Градинарова А.А. Модель оценки конкурентоспособности предприятий туристического бизнеса с использованием рефлексивного подхода // Економіка промисловості. – 2006. – № 1. – С. 100.

24. Списак В.Т. Витрати в управлінні туристичним підприємством // Управління економікою рекреаційних територій, галузей і підприємств: Зб. наук. праць НАН України. Ін-т економіко-правових досліджень. – Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2008. – С. 211.

25. Булеев И.П., Прокопенко Н.Д. Формирование и функционирование механизма хозяйствования предприятий трансформационной экономики: опыт и пути совершенствования // Економіка промисловості. – 2006. – № 4. – С. 186.