МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ

ВІСНИК

ЛЬВІВСЬКОГО ІНСТИТУТУ ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ

Серія: «Економічні науки»

10/2015

Львів
2015

Міністерство освіти і науки України
Львівський інститут економіки і туризму

ББК 65
В 53 Вісник Львівського інституту економіки і туризму [Текст] : зб. наук. ст. / М-во освіти і науки України. Львів. інст-т економіки і туризму ; [редкол. : І. О. Бочан та ін.]. — Львів : ЛІЕТ, 2015. — № 10. — 290 с : іл., табл.

Bulletin of Lviv Institute of Economics and Tourism [Text] : collection of scientific works / Ministry of Education and Science of Ukraine, Lviv Institute of Economics and Tourism ; [editor-in-chief Bochan I. O.]. — Lviv : LIET, 2015. — # 10. — 290 p.

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 навчальних закладів туристичного профілю.

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.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

1. *Бочан І. О.*, д. е. н., професор — головний редактор;
2. *Паньків Н. Є., к. б. н.* — заступник головного редактора;
3. *Берест Р. Я.*, д. і. н., доцент;
4. *Білонога Ю. Л.*, д. т. н., в. о. професора;
5. *Бомба М. Я.*, д. с.-г. н., професор
6. *Буряк П. Ю.*, д. е. н., професор;
7. *Васильчак С. В.*, д. е. н., професор;
8. *Доманцевич Н. І.*, д. т. н., в. о. професора;
9. *Жук Ю. Т.*, д. т. н., професор;
10. *Задорожний І. М.*, к. т. н., професор;
11. *Лащик І. П.*, к. е. н., доцент;
12. *Лихолат Є. О.*, к. е. н., доцент;
13. *Майкова С. В.*, к. т. н., доцент;
14. *Майовець Є. Й.*, д. е. н., в. о. професора;
15. *Майор О. В.*, к. е. н., доцент;
16. *Михасюк І. Р.*, д. е. н., професор;
17. *Параняк Р. П.*, д. с.-г. н., професор;
18. *Реверчук С. К.*, д. е. н., професор;
19. *Сокіл В. В.*, д. філол. н., професор;
20. *Тринько Р. І.*, д. е. н., професор, академік УААН;
21. *Стоколос-Ворончук О. О.*, к. філол. н., доцент — відповідальний секретар

Рекомендовано до друку
вченою радою Львівського інституту
економіки і туризму (протокол № 3 від 08.04.2015)

© Львівський інститут
економіки і туризму, 2015
© Автори статей, 2015

ЗМІСТ

Розділ 1. ЕКОНОМІКА І ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ

Бочан І. О., Поплавський В. Г. **Міжнародні фондові ринки та ринок України** 11

Дуда Н. З. **Порівняльний аналіз видатків державного бюджету розвинених країн і України** 15

Банера Н. П. **Фінансова звітність суб'єктів малого підприємництва в контексті їх розвитку в Україні** 19

Кінаш І. П., Пєтухова О. М. **Діагностика стану роздрібної торгівлі та ресторанного господарства України** 25

Розділ 2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТУРИЗМОЛОГІ

Поплавський В. Г., Бігус М. М. **Стратегічне планування розвитку туризму: методичний аспект** 30

Самодай В. П., Старинська В. О. **Розвиток ресторанної справи на сучасному етапі в Україні** 36

Ладик С. Р. **Перспективи застосування геоінформаційних технологій для розвитку туристичної індустрії в Україні** 42

Розділ 3. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ ОСНОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Бочан І. О. **Сучасні тенденції розвитку європейського туристичного регіону та потенційні можливості ділового туризму в Україні на прикладі країн-лідерів** 46

Негрич О. І., Третяк Г. С. **Оособливості мотивацій для інвестування у туристичну сферу** 51

Вайдович О. Б. **Науковий дискурс дефініції аналізу конкурентоспроможності туристичного бізнесу: інституційний підхід** 56

Подвірна Х. Є., Матвіїв І. Б. **Напрямки організації зовнішньоекономічної діяльності підприємств на ринку туристичних послуг** 62

Замрій О. М., Тетерко Н. **Методи пошуку та реалізації інновацій в управлінні підприємств індустрії гостинності** 71

Корнєва О. В. **Оцінка географічного ландшафту та ресурсного потенціалу території при формуванні інвестиційної привабливості реконструкції історичних комплексів** 76

Кучинська І. В., Ревкевич Н. І. **Грузія і Україна на міжнародному туристичному ринку: сучасні тенденції та перспективи співпраці** 82

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

Дідович І. І., Кульчицька Е. А. **Аналіз стану та перспективи міжнародної торгівлі товарами та послугами між Україною та Європейським Союзом** 90

Кокнаєва М. О. **Особливості управління фінансово-економічною безпекою в торгівлі** 96

Мяло Н. С., Войтко С. В. **Особливості експорту сільськогосподарської продукції України в умовах євроінтеграції** 100

Ковалик Я. І. **Особливості проведення експертизи товарів, що переміщуються через митний кордон України** 105

Доманова О. В., Бачинська В. О. **Дослідження якості трикотажних рукавичок та пошук можливості покращення їх споживчих властивостей** 112

Луців Н. В. **Проблеми та основні тенденції розвитку українського ринку косметичних засобів для догляду за волоссям** 116

Розділ 5. ХАРЧОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА РЕСТОРАННИЙ СЕРВІС

Івашків Л. Я., Козій І. Я., Матвіїв-Лозинська Ю. О. **Інтегрований підхід до профільно-професійної підготовки фахівців-технологів харчування для галузі туризму** 126

Джурик Н. Р., Майструк І. М. **Сучасний стан та перспективи розвитку еногастрономічного туризму у Львові** 134

Жолинська Г. М. **Значення вживання йодованої солі для зменшення проблеми йододефіциту** 139

Ковальчук Х. І., Катрук М. І. **Вплив нетрадиційних рецептурних добавок на подовження тривалості зберігання нових кексів** 144

Турчин І. М., Білонога Ю. Л. **Шляхи підвищення поживності вершкового масла** 149

Самодай В. П., Штага О. О. **Проблематика розвитку міжнародних готельних мереж в Україні** 153

Розділ 6. КРАЄЗНАВСТВО, КУЛЬТУРА І ТУРИЗМ

Цимбала О. С. **Меморіальні музеї Львова як складова туристичного продукту міста** 158

Гаврилюк А. М. **Український етнічний туризм: прикладні соціально-комунікаційні технології просування** 166

Анісімович-Шевчук О. З., Бегей О. І. **Монастир кармелітів у Сусідовичах: історія та сучасність** 173

УДК 640.43:334.726(477)

Самодай В. П., Штага О. О.

ПРОБЛЕМАТИКА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ В УКРАЇНІ

У статті досліджено формування готельних мереж на національному ринку готельної індустрії, визначено проблематику розвитку міжнародних ланцюгів, виділено шляхи подолання недоліків у зазначеному напрямі.

Ключові слова: готельні ланцюги, готельна індустрія, бренд, оптимізація.

Актуальність дослідження перспектив розвитку готельних мереж та проблем, що цьому перешкоджають, пояснюється тим, що роль міжнародних готельних мереж, безсумнівно, дуже важлива для розвитку туризму й індустрії гостинності та економіки України взагалі. Саме система структурного управління готельними ланцюгами створює низку переваг, які дають змогу туристичним підприємствам більшою мірою підвищувати якість реалізованого туристичного продукту, диверсифікувати послуги, що пропонуються в межах сегмента ринку, збільшувати індивідуалізацію обслуговування споживачів.

Дослідженню міжнародних готельних мереж, стану та перспектив їх розвитку в сучасному глобалізованому світі присвячено праці таких учених, як А. Ю. Александров, В. С. Катькало, В. Н. Мукба, Є. Л. Путіліна, П. Р. Пуцентейло, Х. Й. Роглєв, Дж. Уокер, Р. Фірат, Р. Харріс та інші.

Мета статті — дати характеристику основних міжнародних готельних ланцюгів, що функціонують на українському ринку; дослідити проблеми розвитку готельних мереж в Україні та перспективи запровадження ланцюгів на національному рівні.

У сучасній індустрії гостинності важливу роль відіграють міжнародні готельні ланцюги, завдяки яким на світовому туристичному ринку діють високі стандарти обслуговування, які є гарантією конкурентоспроможності підприємств готельної сфери. Високі стандарти обслуговування досягаються через висококваліфікованих спеціалістів та надійну матеріально-технічну базу готелю, що охоплює оформлення інтер'єрів, якість будівель, споруд й оснащення [7]. Завдяки готельним мережам є можливість досягти високої економічної ефективності за рахунок гарантованого і стабільного завантаження номерів, що, у свою чергу, резервує витрати на маркетингові дослідження, підготовку і тренінги персоналу, удосконалення управлінської та організаційної структури готельних підприємств.

Об'єднання готельних підприємств колективного бізнесу в так званий готельний ланцюг має єдине керівництво, у межах єдиної концепції просування продукту має спільну торгову марку. На сучасному етапі характерними для українського ринку готельної індустрії є такі міжнародні бренди (табл. 1). Функціонування міжнародних готельних брендів найбільш поширене в м. Києві [4]. Це здебільшого 5-зіркові та 4-зіркові готельні підприємства, що задовольняють найвибагливішого споживача готельної послуги. Це єдина система бронювання номерного фонду для всіх підприємств певного ланцюга; бренд, що є гарантією залучення та збереження постійної клієнтури, високої якості готельних послуг, виключає додаткові витрати на просування і розвиток нового бренда мережі; порівняно з незалежними готелями економія витрат на придбання матеріалів, обслуговування підприємства, діяльність спеціалістів-декораторів, рекламу готелю, дослідження готельного ринку послуг. Впливове значення на гостей справляє також стандартизація готельного продукту ланцюгових систем, яка забезпечує однотипність і стабільність надання послуги, у такий спосіб впливаючи на завантаженість номерного фонду і тим самим підвищуючи рентабельність діяльності підприємств мережі.

Таблиця 1

Міжнародні бренди в готельній індустрії України [4]

Оператор, бренд	Кількість зірок	Кількість номерів	Місце розташування
Rixos, PRYKARPATTYA	5	769	м. Трускавець
ING, Inter Continental Kiev	5	272	м. Київ
Hyatt, Hyatt Regency Kiev	5	234	м. Київ
Rezidor, Radisson Blu Kiev	4	255	м. Київ
Rezidor, Radisson Blu Resort Bukovel	4	252	Івано-Франківська область
Accor, IBIS	3	212	м. Київ
Wyndham Hotel Group, Ramada Lviv	3	103	м. Львів
Wyndham Hotel Group, Ramada Encore Kiev	3	264	м. Київ
ING, Holiday Inn Kiev	4	208	м. Київ
Rezidor, Radisson Blu Hotel Kiev Podil	4	164	м. Київ
Fairmont Raffles Hotels International, Fairmont Grand Hotel Kiev	5	258	м. Київ
Four Points by Sheraton, Starwood Hotel Group	4	164	м. Запоріжжя

Так, номерний фонд Rixos, PRYKARPATTYA становить 769 номерів [4], тобто 25 % від загальної забезпеченості номерним фондом міжнародних брендів на територ України. Друге місце посідає Rezidor, Radisson Blu (22 %), кількість номерів 671, із ни 419 знаходяться в м. Києві та 252 номери в Івано-Франківській області. Найменший номерний фонд із міжнародних брендів готельної індустрії — у м. Запоріжжі. Він становить 5 % від загального номерного фонду і нараховує 164 номери (рис. 1).

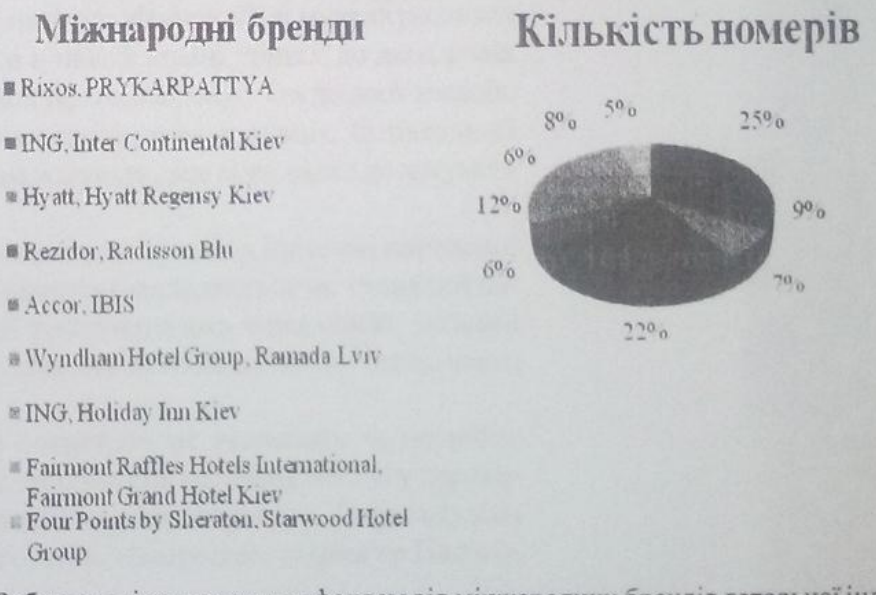

Рис. 1. Забезпеченість номерним фондом від міжнародних брендів готельної індустрії, які функціонують в Україні

На сучасному етапі розвитку ринку готельних послуг України міжнародні готел мережі працюють винятково на умовах контрактного управління, що має забезпечув оптимальне використання готелю, дотримання корпоративних стандартів, наявніс та координацію єдиної маркетингової політики, єдність стилю.

Серед проблем, що перешкоджають розвитку бізнесу готельної сфери в Укра ні, є такі:

— довготривалий процес отримання земельних ділянок під будівництво, що дає змогу більш активно розвиватися торговельно-комерційним установам, тому що термін окупності інвестицій у ці об'єкти можна вважати більш вигідним, тоді як термін окупності туристичних об'єктів та готелів становить близько 10–15 років;

— необхідність отримання різних дозволів, бюрократичні процедури, що є перепоною на шляху якнайшвидшого відкриття готелю, зависокий податковий тиск;

— трансакційні видатки, які в деяких випадках становлять 50 % капіталовкладень;

— політична та економічна нестабільність у країні, що призводить до рівня ризику вкладених інвестицій.

Особливу увагу в системі оподаткування потрібно звернути на такі чинники, як:

— звільнити від податку на додану вартість майнові внески у статутному фонді підприємств, що функціонують, у вигляді устаткування;

— скасувати податок на грошові внески акціонерного капіталу в іноземній валюті. Для інвестора, який готовий вести бізнес у державі з нестабільною місцевою валютою, податок на гроші є неприпустимим.

Усе це насамперед перешкоджає: розвитку готельного господарства, появі на вітчизняному ринку відомих готельних операторів, створенню готельних мереж для забезпечення належного рівня послуг для вимогливих споживачів цього продукту [6].

Потоку іноземного капіталу часто заважали й різні складнощі, які були перепоною для входження світової мережі в український ринок. Однією з найголовніших причин, яка неодмінно постає на шляху зарубіжного оператора, є процедура відведення під будівництво об'єктів та постійна нестабільність у ціні цих ділянок. Гальмувала розвиток також і процедура узгодження проектів, яка іноді в нашій країні триває до двох років порівняно з розвинутими державами Європи, де цей термін скорочується до двох місяців.

Іноді існує система видачі дозволів, коли можлива така ситуація: будівельний проект уже близький до завершення і готовий функціонувати, але відповідно до документації його тільки починають будувати.

Можна виокремити й інші труднощі, з якими зіштовхуються іноземні партнери, які співпрацюють з українськими. Фундамент співпраці закладається на тривалий період часу, тому ті вимоги й умови, які компанії регламентують одна одній, загалом завищені. Якщо вірити словам девелоперів, то існують приклади, коли готель часто змінював бренд майже кожного року.

Працюючи самостійно, деякі вітчизняні оператори не вважають за потрібне приєднуватися до певної мережі. У тих регіонах, де попит на готельну послугу перевищує пропозицію, допускається відсутність мережевих операторів [5]. Така ситуація простежується на прикладі готелів «Президент готель», «Імпресса», «Прем'єр Палац», «Дніпро», «Домус».

У найближчому майбутньому ринок готельної послуги України пожвавлять іноземні оператори, стануть неконкурентоспроможними навіть ті, які досить непогано працюють у готельному бізнесі сьогодні. Десь через п'ять років очікується активізація конкуренції в сегменті п'ятизіркових готелів, боротьбу за сфери впливу іноземці вестимуть не лише з українськими готельєрами, а й між собою. Головне, що приваблює іноземні компанії готельного бізнесу до України, — це збільшення попиту на високосервісні готельні послуги та низький рівень насичення. Ринок України знаходиться лише на початку розвитку, і за цих умов конкурентна боротьба не настільки жорстка і розвернеться ще не скоро.

Однак як зарубіжні, так і місцеві інвестори очікують на створення оптимального механізму сприяння будівництву готелів та їх реконструкції, який б діяв у дійсності.

Але таких реалій поки що немає. Існують лише деякі митні пільги на устаткування для готельно-ресторанних комплексів, яке ввозилося в Україну, і регламентується пільгове кредитування на будівництво житлових будівель для сільського «зеленого» туризму [2]. У разі неможливості створення в національній економіці та законодавчій базі режиму активізації найбільшого сприяння для інвесторів готельної сфери вони вкладатимуть свої кошти в ті країни, де механізм розвитку та функціонування готельного бізнесу давно працює й успішно вдосконалюється.

Зараз ринок готельного бізнесу України насичений збитковими готелями, які не вкладають необхідних коштів у розвиток власних підприємств і вдосконалення матеріально-технічної бази готелів. Подібні заклади із статусом державної або комунальної власності доцільно передати новим господарям, які можуть, не змінюючи профіль підприємства, розвивати діяльність готелю.

Щоб знайти вихід на український готельний ринок, в іноземних компаній є кілька варіантів. Один із них — це спорудження нового готельного комплексу. Цей шлях для іноземних компаній-забудовників дає можливість повною мірою досягти того успіху для втілення свого проекту та привернути міжнародних операторів відомих брендів до управління готелем [6].

Зазвичай компанія-забудовник, погоджуючи проект готелю з майбутнім оператором, забезпечує стопроцентну відповідність архітектурного стилю будівлі готельного підприємства вимогам оператора. Однак у цьому варіанті іноді виникають труднощі та є низка недоліків. Виникає потреба в пошуку та отриманні майданчика під будівництво. Щодо юридичного аспекту, то це забезпечення прав на земельну ділянку й отримання всіх дозволів і погоджень. Інколи це призводить до зупинки будівництва та майбутніх інвестицій.

Інший шлях, який теж є привабливим, можливо, дещо меншою мірою для компаній-забудовників, — це придбання вже існуючого готелю. Але в цьому випадку постає питання щодо реконструкції і переобладнання будівлі готельного підприємства і внутрішніх приміщень під ті вимоги, які ставить перед ними сучасні умови обслуговування, праці та відпочинку. Найбільша складність у цьому варіанті полягає в бажанні придбати земельну ділянку, на якій побудовано такий готель в Україні, у власність іноземною компанією або її українською дочірньою компанією.

Для готельної сфери України дослідження закономірностей формування ланцюгових систем організації та ведення готельного бізнесу з використанням інноваційних стратегій розвитку є надзвичайно актуальним на сучасному етапі кризової ситуації в національній економіці та конкретно вираженої проблематики в готельній індустрії.

Так, визначено низку проблем, пов'язаних з уведенням готельних мереж у національну готельну індустрію. Ці проблеми потрібно вирішувати, оскільки перспектива запровадження і розвитку готельних мереж є ефективною як для національної готельної сфери, так і для економіки країни.

Зосередження уваги на проблематиці є першим етапом на шляху вирішення проблем, що виникають у готельній індустрії відповідно до запровадження мережевих систем організації в готельному бізнесі України. Для активізації цього аспекту необхідно створювати спеціальні апарати моніторингу ринку послуг, що дають змогу мобільно реагувати на зміни в національній готельній індустрії. Таким чином це дасть можливість створити середовище для формування певної готельної мережі.

Література

1. Александрова А. Ю. Международный туризм : учеб. пособие [Электронный ресурс] / А. Ю. Александрова. — М.: Аспект Пресс, 2002. — 470 с. — Режим доступа : http://tourlib.net/books_tourism/aleks.htm.

2. Білан М. О. Готельні ланцюги: стан і перспективи розвитку [Електронний ресурс] / М. О. Білан. — Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/bilan.htm.

3. Катькало В. С. Международные гостиничные сети: специфика организации и типология стратегий развития. — [Электронный ресурс] / В. С. Катькало, В. Н. Мукба // Продажа недвижимости: информационный портал. — Режим доступа : http://ros-nedvigimost.ru/publikaciya-polnaya/534.

4. Міжнародні готельні мережі України. Стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.kiev-diplom.com/128-mizhnarodni-goteli-merezhi-ukrayini-stan-ta.html.

5. Самарцев Є. Усі прапори в гості до нас: для постійного завантаження розбудованої готельної мережі потрібно перетворити міста, які приймають Євро–2012, на потужні туристичні центри [Текст] / Є. Самарцев // Урядовий кур'єр. — 2012. — № 36, 24 лютого. — С. 3.

6. Тырский С. 15 лет Ассоциации гостиниц и гостиничных объединений городов Украины [Текст] / С. Тырский // Гостиничный и ресторанный бизнес. — 2005. — № 23. — С. 40–41.

7. Уокер Джон Р. Управление гостеприимством [Текст] : учебник / Джон Р. Уокер. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2006. — 880 с.

Самодай В. П., Штага О. О.

ПРОБЛЕМАТИКА РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГОСТИНИЧНЫХ СЕТЕЙ В УКРАИНЕ

В статье исследовано формирование гостиничных сетей на национальном рынке гостиничной индустрии, определена проблематика развития международных цепей, выделены пути преодоления недостатков в указанном направлении.

Ключевые слова: гостиничные цепи, гостиничная индустрия, бренд, оптимизация.

Samoday V. P., Staga O. O.

THE PROBLEM OF THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL HOTEL CHAINS IN UKRAINE

In the article we investigate the formation of chains in the national market of hotel industry, defined the development dimension of international chains and the way to overcome weaknesses in the specified direction.

Keywords: hotel chains, hotel industry, brand, optimization.

Кудла Назар Євгенович	к. е. н., Львівський інститут економіки і туризму
Кульчицька Евеліна Антоніївна	к. е. н., Львівський національний лісотехнічний університет України
Кучинська Ірина Василівна	к. б. н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму
Ладик Софія Романівна	к. е. н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму
Луців Наталія Василівна	к. т. н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму
Майструк Ірина Миколаївна	к. т. н., Львівський інститут економіки і туризму
Малинович Лариса Михайлівна	старший викладач, Львівський державний університет внутрішніх справ
Матвіїв Ірина Богданівна	студентка, Львівський інститут економіки і туризму
Матвіїв-Лозинська Юлія Олександрівна	к. пед. н., Львівський інститут економіки і туризму
Миколюк Світлана Миколаївна	аспірант, Тернопільський національний економічний університет
Мяло Ніна Сергіївна	студентка, Національний технічний університет України «КПІ»
Негрич Ольга Ігорівна	к. е. н., Львівський інститут економіки і туризму
Паньків Наталія Євгенівна	к. б. н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму
Папінко Ярина Миколаївна	студентка, Львівський інститут економіки і туризму
Перетятко Ірина Володимирівна	студентка, Львівський інститут економіки і туризму
Пєтухова Ольга Михайлівна	д.е.н., доцент, Національний університет харчових технологій
Подвірна Христина Євгенівна	к. геогр. н., Львівський інститут економіки і туризму
Поплавський Василь Григорович	д. е. н., професор, Львівський інститут економіки і туризму
Ревкевич Наталя Іванівна	студентка, Львівський інститут економіки і туризму
Самодай Валентина Петрівна	к. е. н., Інституту фізичної культури Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
Сенько Юлія Володимирівна	заступник керівника навчально-методичного відділу, Львівський інститут економіки і туризму

Старинська Владислава Олегівна	студентка, Навчально-наукового інституту фізичної культури Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
Тетерко Надія Зеновіївна	студентка, Львівський інститут економіки і туризму
Третяк Галина Степанівна	к. е. н., доцент, Львівський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України
Турчин Ірина Миронівна	к. т. н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму
Франків Ірина Ярославівна	к. і. н., Львівський інститут економіки і туризму
Цимбала Ольга Стефанівна	старший викладач, Львівський інститут економіки і туризму
Шай Олена Константинівна	старший викладач, Львівський інститут економіки і туризму
Шах Андрій Євгенович	к. б. н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму
Швець Ірина Костянтинівна	викладач, Львівський інститут економіки і туризму
Штага Олександр Олександрович	студент, Навчально-наукового інституту фізичної культури Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
Шувар Наталія Мирославівна	к. б. н., Львівський інститут економіки і туризму
Якубовська Людмила Вацлавівна	головний редактор редакційно-видавничого відділу, Житомирський національний агроекологічний університет

ВІСНИК

Львівського інституту економіки і туризму

Головний редактор: *Бочан І. О.*

Літературний редактор *Швець І. К.*

Комп'ютерне верстання та дизайн обкладинки: *Василишин-Грицина Т. М.*

Свідоцтво про державну реєстрацію
КВ № 12765-1649Р

Підписано до друку 15.06.15. Формат 70х100/16.
Папір офсетний. Ґарнітура «Таймс Нью Роман».
Друк офсетний. Умовн. друк. арк. 26,44.
Наклад 100. Замовлення № 08-06/15.

Львівський інститут економіки і туризму
79007, м. Львів, вул. Менцинського, 8
Тел.: 8(032)255-45-47, 8(032)255-75-11,
тел./факс: 8(032)255-46-94,
e-mail: lebk@org.lviv.net
nviddil@i.ua

Друк ТзОВ «Компанія «Манускрипт»»
79008, м. Львів, вул. Руська 16/3
Тел./факс. (032) 261-51-00