

Поняття організаційно-економічний механізм функціонування підприємств досліджували Полозова Т.В., Ю.В., Малицький А.А., Ілляшенко С.М., Овчаренко М.І., Тульчинська С. О., Ставська С.М. та інші [190, 143, 89, 233, 220]. На думку науковців організаційно-економічний механізм - це сукупність організаційних, фінансових і економічних методів, способів, форм, інструментів і важелів, кожен з яких має власну форму управлінського впливу на систему управління підприємством. Автори підкреслюють, що такі методи, способи, форми, інструменти і важелі здійснюють регулювання організаційно-технічних, виробничо-технологічних, фінансово-економічних процесів. Науковець Тульчинська С. О. під організаційно-економічним механізмом розуміє взаємопов'язану сукупність економічних відносин, принципів, методів і форм організації створення, промислового впровадження та комерціалізації нововведень [233]. Ставська С.М. робить ставку на маркетингову складову підприємства, при цьому вивчає механізм виведення на ринок інновацій [220].

Основною метою організаційно-економічного механізму науковці вважають ефективний вплив на кінцеві результати діяльності, формування та посилення організаційно-економічного потенціалу, отримання конкурентних переваг [89].

Вважаємо, важливим аспектом кінцевого результату маркетингової діяльності підприємств рекламної галузі є результативність існуючого організаційно-економічного механізму. Для визначення рівня впливу на кінцевий результат потрібно дати оцінку результативності існуючого організаційно-економічного механізму підприємств рекламної галузі. Слід підкреслити, що для оцінки потрібна методика, яка б надавала можливість кількісної оцінки якісних параметрів організаційно-економічного механізму таких підприємств. На нашу думку, дане питання можна вирішити за допомогою наукових принципів кваліметрії. Кваліметрія – це наука про вимірювання якості об'єктів, яка вивчає та реалізує методи і засоби