

UDC 338.48

JEL classification: P11, P17, P48, M21, Z32.

DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2021.04.129>

**Тетяна ЗАХАРОВА,**

асистент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності,  
готельно-ресторанної справи та туризму  
Вінницький національний аграрний університет,  
вул. Сонячна, 3, м. Вінниця, 21008, Україна,  
zakharovatet@ukr.net  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5736-8346>

## ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАХОДІВ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Захарова Т. Оцінка ефективності заходів щодо вдосконалення управління підприємствами туристичної галузі в умовах євроінтеграції. *Вісник економіки*. 2021. Вип. 4. С. 129–142. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2021.04.129>

Zakharova, T. (2021). Otsinka efektyvnosti zakhodiv shchodo vdoskonalennia upravlinnia pidpriemstvamy turystychnoi haluzi v umovakh yevrointehratsii. [Evaluation of the effectiveness of measures to improve the management of tourism enterprises in the context of eurointegration]. *Visnyk ekonomiky – Herald of Economics*, 4, 129–142. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2021.04.129>

### **Анотація**

**Вступ.** Для кожної окремої країни туризм відіграє важливу роль у стимулюванні економічного розвитку не тільки безпосередньо туристичної галузі, а й суміжних галузей, а також інших галузей економіки. Туризм позитивно впливає на рівень зайнятості населення, на споживчий попит та рівень валютних надходжень. Роль туризму для розвитку національної економіки важко переоцінити, водночас туристична галузь має об'єктивні передумови свого розвитку, що склалися на підставі історичних, географічних, культурних та економічних чинників.

**Мета.** У дослідженні обґрунтовано ефективність заходів щодо вдосконалення управління підприємствами туристичної галузі в умовах євроінтеграції.

**Методи дослідження.** Для досягнення поставленої мети використано такі методи дослідження, як: емпіричні – вивчення та аналіз галузі; спостереження, узагальнення, порівняння.

**Результати.** На основі аналізу виявлено проблеми щодо розроблення теоретичних та прикладних досліджень у напрямку формування та розвитку туристичної галузі в Україні. Матеріали роботи ґрунтуються на наукових працях

© Тетяна Захарова, 2021.

провідних вітчизняних і зарубіжних учених, законодавчих актах, нормативних документах. Управління туристичною галуззю в Україні в умовах глобалізації та євроінтеграції вимагає пошуку нетрадиційних підходів і нових поглядів, впровадження європейських норм і стандартів, тобто удосконалення методів управління туристичною галуззю, розробку й оцінку моделей розвитку сфери туризму в системі державного і регіонального економічного розвитку. Проаналізовано сучасні реалії в Україні та виявлено необхідність створення оптимальних, раціональних та вигідних умов розвитку. Визначено особливості розвитку туристичної галузі, що спрямовано на виявлення можливостей та завад подальшого її розвитку на довгостроковій основі. Для того, щоби прогнозувати ефективність діяльності, розглянуто підприємство туристичної галузі, для якого запропоновано використовувати авторегресійних моделі, які допомагають визначити наявність автокореляційної залежності з  $n$ -лагами запізнення купівельній активності споживачів туристичних послуг. Установлено, що стабільний розвиток туризму можливо на умовах співробітництва держави та бізнесу. Це необхідно для розробки та реалізації програм, які будуть урахувувати специфіку туристичної галузі.

**Перспективи.** В контексті формування якісно нової інституційної площини розвитку економіки знань необхідні ґрунтовні подальші дослідження, оскільки розвиток туристичної галузі в Україні за умов глобалізації та євроінтеграції потребує актуалізації видів туристичної діяльності, здійснення інтеграції з міжнародними лідерами туристичної галузі, запровадження світового досвіду із задоволення попиту споживачів галузі.

**Ключові слова:** туристична галузь; ефективність; потенціал; авторегресійна модель; політика розвитку туризму; купівельна активність.

**Формули:** 4, **рис.:** 7, **табл.:** 2, **бібл.:** 11.

**Tetiana ZAKHAROVA,**

Assistant of the Department of Management of Foreign Economic Activity,  
Hotel and Restaurant Business and Tourism  
Vinnytsia National Agrarian University  
Sonyachna str. 3, Vinnytsia, 21008, Ukraine,  
e-mail: zakharovatet@ukr.net  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5736-8346>

## **EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF MEASURES TO IMPROVE THE MANAGEMENT OF TOURISM ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF EUROINTEGRATION**

### **Abstract**

**Introduction.** For each individual country, tourism plays an important role in stimulating economic development, not only directly in the tourism industry but also in related industries and other sectors of the economy. Tourism has a positive impact on employment, consumer demand and foreign exchange earnings. The role of tourism in the development of the national economy cannot be overemphasized, however, the tourism industry has objective

*prerequisites for its development based on historical, geographical, cultural and economic factors.*

**Purpose of the research.** *The study aims at demonstrating the effectiveness of measures to improve the management of tourism enterprises in the context of Euro-European integration.*

**Research method.** *The research methods used to achieve the objectives were: empirical - industry research and analysis; observation, generalization, comparison.*

**Results.** *On the basis of the researches there were found problems concerning development of theoretical and applied researches in the direction of formation and development of tourist industry in Ukraine. Materials of work are based on scientific works of leading domestic and foreign scientists, legislative acts, normative documents. Management of the tourism industry in Ukraine in the conditions of globalization and European integration requires search for innovative approaches and new views, introduction of European norms and standards, i.e. improvement of the methods of management of the tourist industry, development and evaluation of models of development of tourism sphere in the system of state and regional economic development. Modern realities in Ukraine were analyzed and the necessity to create optimal, rational and profitable conditions of development was revealed.*

*The peculiarities of the tourism industry development are defined, which is aimed at identifying opportunities and future development of the tourism industry on a long-term basis. In order to predict the effectiveness of the article the company of the tourist industry for which it is proposed to use auto-progressive models, which help to determine the presence of autocorrelation with the n-flags of late purchase activity of consumers of tourist services. It is established that stable development of tourism is possible on the conditions of cooperation between the state and business. This is necessary for the development and implementation of programs that will be used to cover the specific nature of the tourism industry.*

**Perspectives.** *In the context of building a qualitatively new institutional framework for the development of the knowledge economy, substantial further research is required. Since the development of the tourism sector in Ukraine in the context of globalization and Euro-European integration requires the updating of types of tourism activity and the implementation of integration with international tourism industry leaders, Introduction of the already existing world experience in meeting the demand of the industry consumers.*

**Keywords:** *tourism industry, efficiency, potential, autoregression model, tourism policy, purchasing activity.*

**Formulas:** 4 , **fig.:** 7, **tabl.:** 2 , **bibl.:** 11.

**JEL classification:** P11, P17, P48, M21, Z32.

**Постановка проблеми.** Сучасний етап розвитку економічних відносин, у якому глобалізаційні процеси відбуваються у всіх сферах світового господарства, охопив також туристичну галузь. На сьогодні туризм є невід'ємним компонентом економічного потенціалу у світі, він сприяє позитивним змінам у соціально-економічному житті. До 2018 р. туристична галузь була найбільш перспективною галуззю, оскільки вона дає можливості творчого та нестандартного мислення. Якщо раніше популярністю

користувалися лише визначні пам'ятки певної місцевості, то сьогодні вони не здивують туристів. На заміну традиційним формам туристичних подорожей приходять сучасні, нові та неординарні, які дозволяють задовольнити побажання та потреби майже всіх категорій подорожніх. Але пандемія коронавірусу спричинила глобальну кризу та завдала значної шкоди туристичній галузі.

На тенденції розвитку туристичної індустрії вплинули не тільки прямі обмеження (впровадження карантинних заходів, закриття кордонів), а й опосередковані – заходи, які пов'язані з туризмом: ресторанний бізнес, транспортні перевезення, санаторно-лікувальні і медичні послуги тощо. Тобто туристична галузь взаємодіє з багатьма елементами, коли негаразди в одному з них можуть суттєво впливати на загальну ефективність.

Залучення до світового туристичного простору України вимагає нових підходів в організації та управлінні туристичним бізнесом. Інтеграція в існуючі міжнародні туристичні процеси та конкуренція на світовому туристичному ринку можливі лише за допомогою використання усіх можливостей країни та регіонів, а також їхніх ресурсів. Необхідно залучати окремих підприємства різних видів діяльності через ефективне застосування інновацій у галузі туризму, реалізацію основних положень стратегії сталого розвитку та інвестицій. Актуальність дослідження та оцінювання ефективності заходів щодо вдосконалення управління підприємствами туристичної галузі наразі посідає одне з перших місць.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання щодо вдосконалення управління підприємствами туристичної галузі вже впродовж кількох десятиліть перебувають у центрі уваги науковців: Л. Агафоновой, В. Азара, В. Безносюка, П. Гамана, М. Біржакова, Є. Богданова, І. Валентюк, Д. Боуена, Р. Браймера, М. Волошина, В. Євдокименка, Т. Кисельова, І. Зоріна, М. Крачила, Р. Ларіна, Дж. Суорбрукера, О. Любіцевої, В. Федорченка, Н. Раскіна, Д. Флетчера, В. Цибуха та ін.

**Мета дослідження.** Аналіз ефективності заходів щодо вдосконалення управління підприємствами туристичної галузі в умовах євроінтеграції.

**Основні результати дослідження.** Україна в сучасних умовах євроінтеграційного процесу переживає важливий етап у сучасних умовах ринку. Інтеграційні процеси вже сьогодні суттєво впливають на розвиток та розбудову нашої держави. Пришвидшується розвиток науки й освіти, медицини й соціального забезпечення, відбувається загальне технологічне зростання. Вхідження України в єдиний економічний та політичний простір з ЄС в майбутньому дасть змогу Україні стати потужною європейською державою із сильною армією, розвиненою інфраструктурою центром наукових досягнень тощо [1].

Європейська інтеграція – це шлях модернізації економіки України, подолання відсталості в залученні технологічних інновацій, гарантія надходження іноземних інвестицій та новітніх технологій, створення нових робочих місць, підвищення конкурентоспроможності підприємств як сфери виробництва, так і сфери послуг, вихід на світові ринки, насамперед на ринок ЄС [2]. Участь у процесі європейської інтеграції – це насамперед процес глибокого проникнення інститутів ЄС (законодавства, норм і

правил ведення бізнесу, кращих практик тощо) в українську економіку. У такій ролі ЄС виступає переважно як фактор впливу на внутрішні процеси.

В євроінтеграційному процесі важливим є ефективне управління підприємством. Воно охоплює такі напрямки: стратегічне управління; планування; управління персоналом; управління виробництвом; управління маркетингом; управління фінансами; управління інвестиціями. В роботі ми розглянемо деякі підсистеми управління (планування, управління виробництвом, фінансами), які, на нашу думку, актуальні для сьогодення.

Для ефективного планування своєї діяльності, певного прогнозу необхідно проаналізувати як зовнішнє середовище, так і внутрішнє. На основі зібраної інформації можна зробити правильний прогноз.

Розпочнемо з зовнішнього середовища, проаналізуємо ринок. У державному бюджеті 2021 р. на туристичну галузь виділено 100 млн грн. Згідно з інформацією, опублікованою Укрінформ, Верховна Рада України 15 грудня 2020 р. погодила Державний бюджет 2021-го року, в якому передбачила надходження доходів на рівні 1 трлн 92 млрд грн, та видатки 1 трлн 328 млрд грн, а дефіцит бюджету 5,5% ВВП. Державним бюджетом прогнозовано зростання ВВП на рівні 4,6%, споживчу інфляцію на рівні 7,3%, та рівень держборгу щодо ВВП закладено 64,6%. Середньорічний курс американського долара у 2021 р., згідно з яким розрахований державний бюджет, становить 29,1 грн за 1 дол. США [9].

З метою прискорення темпів розвитку та зростання ефективності туристичної галузі, необхідно вирішити певні проблеми, які потребують державної підтримки та регулювання. Основними чинниками, що стримують розвиток туристичної сфери в Україні, є такі: недоліки регіонального регулювання галузі туризму; недостатність рекламної інформації щодо України за кордоном; недостатній рівень кваліфікації персоналу туристичної сфери; пандемія в країні та світі [3]. Всім відомо, що пандемія вплинула на туристичну галузь. Через пандемію коронавірусу в 2020 р. туристична галузь України недоотримала приблизно 60 млрд грн. Таку інформацію повідомила глава Держагентства розвитку туризму України Мар'яна Олесків під час прес-конференції «Оцінка впливу COVID-19 на готельну індустрію України», яка відбулась 20 січня 2021 р. Світові втрати туристичної галузі становлять приблизно 800 млрд дол. США, серед яких майже 60 млрд грн – це збитки, які зазнала туристична галузь України у 2020 р.

За оцінками фахівців та міжнародних організацій, криза туристичної галузі, пов'язана з пандемією, триватиме приблизно до кінця 2023 р. Цю інформацію було озвучено міністром культури та інформаційної політики Олександром Ткаченком в ході виступу на форумі «Україна 30. Коронавірус: виклики та відповіді» [9].

За офіційною статистикою, туризм не посідає значне місце в загальній економіці України, оскільки становить близько 3–4% від ВВП [9], на відміну від європейських країн, де в середньому на туризм припадає 10% ВВП, і країн Азійсько-Тихоокеанського регіону, де ця частка сягає 50,2% [10]. Хоча, за останніми розрахунками внутрішніх експертів міжнародних структур (ВТО, ЮНВТО), частка туризму в Україні становить близько 9% ВВП [9].

Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації, близько 900 млн осіб щорічно подорожує. Якщо порівнювати ситуацію в Україні з іншими країнами світу, то згідно зі статистичними даними кількість туристів у середині країни збільшилась, що є позитивною тенденцією [4]. Враховуючи таку тенденцію та обставини, в яких опинилась галузь, терміново необхідно створювати умови для розвитку туристичного бізнесу в середині нашої країни, що дасть змогу повністю задовольняти потреби найбільш вибагливих споживачів. У таких умовах необхідно не тільки мати туристичний потенціал, а й більш інтенсивно розвивати зовнішньоекономічну діяльність.

Найбільші туроператори України відображено на рис. 1.

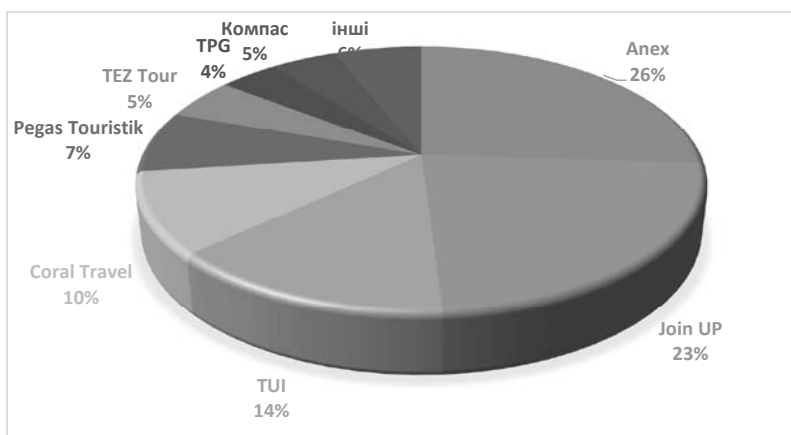


Рис. 1. Розподіл ринку між туроператорами України, 2020 рік  
Джерело: розроблено на основі [7].

Зменшення кількості туристів, які відвідують нашу країну, призводить до створення негативного сальдо. Переважна більшість українських туроператорів роблять акцент на наданні виїзних турів, тобто вони переважно не займаються обслуговуванням іноземних туристів в нашій країні та взаємодією з міжнародними туроператорами [5]. З огляду на це кількість осіб, що виїжджають відпочивати за межі країни, значно перевищує кількість тих, що відвідують країну. Такий підхід ведення бізнесу в цій галузі негативно впливає на формування бюджету нашої країни.

Сьогодні, розуміючи ситуацію в країні, туристичні компанії мають розробляти тури відповідно до ділового туризму, туризму-події та дослідницького туризму. Тури мають бути не лише оздоровчо-рекреаційні, екскурсійні, а й спортивні, професійно-прикладні [8].

У сучасному світі набуває популярності дотримання здорового способу життя. Це створює передумови для розвитку в Україні туристичних компаній, які спрямовуватимуть свою діяльність на оздоровлення клієнтів, поновлення їхньої працездатності та розвитку фізичної підготовки. Зорієнтувавши свої послуги на спортивний напрямок відпочинку, варто приділити увагу на створення відповідних спеціалізованих занять за видами спорту, проведення спортивних змагань, які використовували би природні ресурси. Професійно-прикладний напрямок буде цікавий для людей, які не тільки

ставляють за мету відпочинок, а й хочуть пізнати щось нове, здобути нові навички та знання у сфері туризму, наприклад екскурсовода чи інструктора [6].

Державне агентство розвитку туризму України провело аналіз даних щодо перетину українського кордону іноземними громадянами. Згідно з оприлюдненою інформацією кількість іноземців, що відвідали територію нашої країни у 2020 р., становила 3 382 097 осіб. Порівнюючи ці дані з 2019 р., коли Україну відвідало 13 709 562 іноземних громадян, потік іноземних громадян скоротився у чотири рази [8].

Таблиця 1

**Динаміка туристичних потоків України, осіб.**

Показники	Роки					Відхилення (+/-) 2019 р. до 2015 р.
	2015	2016	2017	2018	2019	
Кількість туристів, яких обслуговували туроператори та турагенти, усього	2019576	2549606	2806426	4557447	6132097	4112521
у тому числі:						
в'їзні (іноземні) туристи	15159	35071	39605	75945	86840	71681
виїзні туристи	1647390	2060974	2289854	4024703	5524866	3877476
внутрішні туристи	357027	453561	476967	456799	520391	163364

Джерело: розроблено на основі [8-9].

Відповідно до отриманих даних (табл. 1) можна зробити висновок, що протягом 2015–2019 рр. кількість туристів, яких обслуговували туроператори та турагенти, зросла на 4,1 млн осіб. Відповідно кількість іноземних туристів, які відвідали Україну, збільшилась на 71,7 тис. осіб, а туристів, які виїжджали за кордон, – на 3,9 млн осіб. Внутрішні туристичні потоки у 2019 р. зросли на 163,4 тис. осіб порівняно з 2015 р., що свідчить про зростання попиту на внутрішній туризм, як пріоритетної форми туризму.

В 2020 р. Україну найбільше відвідували особи, що прибули з:

1. Молдови – понад 930 тисяч осіб, показник у 4 рази менший, ніж було у 2019 р.;
2. Білорусі – близько 464 тисяч, що в 5 разів менше;
3. Росії – понад 390 тисяч, кількість відвідувачів скоротилась у 5,4 разу;
4. Румунії – 229 тисяч, що у 3 рази менше, ніж у 2019 р.;
5. Туреччини – 149 тисяч, кількість вдвічі зменшилась [7].

Однією з головних причин ефективного розвитку туристичної індустрії в Україні протягом останніх років є слабка туристична інфраструктура [5]. Тобто створення нових залізничних та авіарейсів буде стимулювати розвиток важливих туристичних локацій [11].

Згідно з офіційною інформацією у 2020 р. через пункти пропуску державного кордону України сухопутним шляхом прибуло понад два з половиною мільйони осіб, морським шляхом – понад 122 тис. осіб, повітряним сполученням – приблизно 703 тис. осіб.

Загальний потік перевезень в аеропортах України у 2020 р. становив 8,66 млн. пасажирів, що у 2,8 разу менше, ніж у 2019 р. Через карантинні обмеження

перетину державного кордону суттєво зменшились міжнародні перельоти. У 2020 р. кількість пасажирів зменшилась на 7,6 млн осіб. 39 % перельотів становили подорожі чартерними літаками. Обсяг усіх перевезень регулярними рейсами у минулому році зменшився у 3,5 разу. Проте чартерні перевезення зменшились лише у 2 рази [9].

Таблиця 2

### Обсяг пасажирських перевезень в аеропортах України, тис. пасажирів

Роки	2018		2019		2020	
Обсяг пасажирських перевезень в аеропортах України	20545,4		24334,5		8664,8	
	Регулярні рейси	Чартерні Рейси	Регулярні рейси	Чартерні Рейси	Регулярні рейси	Чартерні Рейси
в т. ч. міжнародні рейси	13658,7	4698,8	16530,2	5463,9	4627,2	3001,7
внутрішні	2152,4	35,5	2302,8	37,6	1016,8	19,1

Джерело: розроблено на основі [9].

Згідно з інформацією від АТ «Укрзалізниця», залізничним транспортом міжнародного сполучення в Україні за 2020 р. кількість пасажирів зменшилась майже на 17 млн осіб. Порівняно з попереднім роком ця цифра майже втричі менша.

Обсяг пасажирських перевезень за 2018–2020 рр. відображено діаграмою на рис. 2.

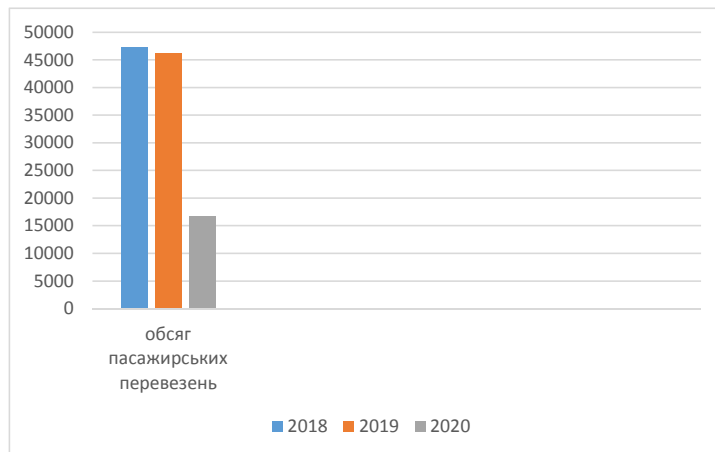


Рис. 2. Обсяг пасажирських перевезень, за інформацією АТ «Укрзалізниця»  
Джерело: розроблено на основі [1-6].

В Україні є значний потенціал для розвитку туристичного бізнесу. Нинішній владі та учасникам туристичної галузі України необхідно зрозуміти, що туризм у сучасних умовах може позитивно вплинути на соціально-економічний стан країни, він стимулюватиме надважливі галузі економіки. А результатом цього стане зміцнення позитивного іміджу України [5, с. 74].



До недавнього часу ситуація з COVID-19 для українських громадян обмежувала вибір відпочинку за кордоном, що значно збільшувало потік туристів на внутрішньому ринку туристичних послуг. Така ситуація зобов'язувала суб'єктів туристичної галузі посилювати позиції внутрішнього туризму, а саме: розвивати в країні тематичний туризм, який передбачає розвиток сільського зеленого, культурно-пізнавального туризму та їхніх різновидів [2, с. 40].

Концепція управління має бути планом дій для стратегічного планування розвитку туристичної галузі та суміжних з нею галузей економіки, з відповідним коригуванням державних програм розвитку туризму. Основними цілями концепції управління розвитку туристичної привабливості територій є забезпечення умов для вирішення проблем розвитку туристичної галузі для підвищення її конкурентоспроможності у місцевому, регіональному та світовому контекстах. На сьогодні зі зменшенням випадків коронавірусу необхідно залучати кошти в рекламну кампанію підприємств туристичного бізнесу як зовнішнього, так і внутрішнього туризму.

Щоб адаптувати вітчизняний туризм до європейських вимог, необхідно не тільки розвивати транспортні коридори та туристичну інфраструктуру, а й контролювати якість туристичних послуг, які надаються клієнту, асортимент конкурентоздатних на світовому ринку туристичних продуктів, розвивати туристичні регіони й туристичні зони екологічного та сільського (зеленого) туризму і туристичні міста.

Для ефективного управління підприємством туристичної галузі в умовах євроінтеграційного процесу необхідно прогнозувати та планувати свою діяльність. Для аналізу було обрано туристичне підприємство ТОВ «Замрій». З огляду на те, що на підприємстві високий рівень професіоналізму працівників, налагоджений потік фінансів з надання туристичних послуг, пропонуємо дослідити купівельну активність споживачів, яку застосовують багато підприємств євроінтеграційного процесу. Для прогнозування ефективності діяльності використаємо авторегресійні моделі, які допомагають визначити наявність автокореляційної залежності з  $n$ -лагами запізнення купівельної активності споживачів туристичних послуг. Використаємо критерій Дарбіна-Уотсона  $d_p$ . [6]:

$$d_p = \frac{\sum_{t=1}^{n-1} (y_{t-1} - y_t)^2}{\sum_{t=1}^n y_t^2} \quad 1$$

де  $y_{t-1}$  – показник у попередньому періоді;

$y_t$  – показник у звітному періоді.

Емпіричні значення порівнюються з табличними верхньою  $d_v$  і нижньою  $d_n$  межами критерія:

- $d_p < d_n$  – ряд містить автокореляцію;
- $d_p < d_v$  – ряд не містить автокореляцію;
- $d_n < d_p < d_v$  – необхідні подальші дослідження.

Для розрахунку візьмемо показники з фінансової звітності підприємства. Усі необхідні розрахунки проведено в Excel (рис. 3).

1	yt	yt-1	(yt-1 - yt)^2	yt^2	yt
2	35645	35340	93025	1270566025	1
3	36448	35645	644809	1328456704	1
4	35840	36448	369664	1284505600	1
5	25742	25840	9604	662650564	1
6	45587	45742	24025	2078174569	1
7	45220	45587	134689	2044848400	1
8	45286	45220	4356	2050821796	1
9	35036	35286	62500	1227521296	1
10	35309	35036	74529	1246725481	1
11	340113	340144	1417201	1,3194E+10	
12					
13	0,0001		ytcp	37790,3333	
14	0,88		yt-1cp	37793,7778	
15	1,32		R=1	0,99799651	
16			tp	41,7337686	
фрскн, гіпотеза про наявність					
авторегресія					лицт2
					регресія
					брауна_олімп_грв

Рис. 3. Розрахунок показників для перевірки гіпотези про наявність автокореляційної залежності

Джерело: розроблено автором на основі фінансової звітності.

З рис. 3 видно, що  $d_p < d_n$  ( $0,0051 < 0,88$ ), тому гіпотеза про наявність автокореляції не відхиляється. Далі перевіримо на значущість визначених даних за критерієм Стюдента  $t_p$ .

Перевірка гіпотези про наявність автокореляції з лагом в один крок, тобто при  $l=1$ . Для цього розраховується парний коефіцієнт автокореляції (рис. 4).

1	yt	yt-1	(yt-1 - yt)^2	yt^2	yt x yt-1	(yt - ycp)^2	(yt-1 - yt-1cp)^2	yt-1 - yt-1cp	yt-1^2
2	35645	35340	93025	1270566025	1259694300	4602455,31	6021025,383	1248913600	1
3	36448	35645	644809	1328456704	1299188960	1801858,78	4617245,038	1270566025	1
4	35840	36448	369664	1284505600	1306296320	3803800,11	1811117,827	1328456704	1
5	25742	25840	9604	662650564	665173280	145162336	147897803,2	667705600	1
6	45587	45742	24025	2078174569	2085240554	60788011,1	63174236,49	209230564	1
7	45220	45587	134689	2044848400	2061444140	55199946,8	60734312,6	2078174569	1
8	45286	45220	4356	2050821796	2047812920	56185018,8	55148776,49	2044848400	1
9	35036	35286	62500	1227521296	1236780296	7586352,11	6288949,383	1245101796	1
10	35309	35036	74529	1246725481	1237086124	6157015,11	7605358,272	1227521296	1
11	340113	340144	1417201	1,3194E+10	1,3198E+10	341286794	348293805,6	1,3204E+10	
12									
13	0,0001		ytcp	37790,3333					
14	0,88		yt-1cp	37793,7778					
15	1,32		R=1	0,99799651					

Рис. 4. Розрахунок парного коефіцієнта автокореляції для першого лага

Джерело: розроблено автором на основі фінансової звітності.

З рис. 4 видно, що  $R_{l=1} = 0,9$ . Перевіримо його статистичну достовірність за допомогою  $t$ -критерію Стюдента [10] (рис. 5). Емпіричні значення порівнюються з табличними  $t_{\alpha}$  з числом ступенів свободи  $m=n-1-2$  і заданому рівні статистичної достовірності.

1	yt	yt-1	(yt-1 - yt)^2	yt^2	yt x yt-1	(yt - ycp)^2	(yt-1 - yt-1cp)^2	yt-1 - yt-1cp	yt-1^2
2	35645	35340	93025	1270566025	1259694300	4602455,31	6021025,383	1248913600	1
3	36448	35645	644809	1328456704	1299188960	1801858,78	4617245,038	1270566025	1
4	35840	36448	369664	1284505600	1306296320	3803800,11	1811117,827	1328456704	1
5	25742	25840	9604	662650564	665173280	145162336	147897803,2	667705600	1
6	45587	45742	24025	2078174569	2085240554	60788011,1	63174236,49	209230564	1
7	45220	45587	134689	2044848400	2061444140	55199946,8	60734312,6	2078174569	1
8	45286	45220	4356	2050821796	2047812920	56185018,8	55148776,49	2044848400	1
9	35036	35286	62500	1227521296	1236780296	7586352,11	6288949,383	1245101796	1
10	35309	35036	74529	1246725481	1237086124	6157015,11	7605358,272	1227521296	1
11	340113	340144	1417201	1,3194E+10	1,3198E+10	341286794	348293805,6	1,3204E+10	
12									
13	0,0001		ytcp	37790,3333					
14	0,88		yt-1cp	37793,7778					
15	1,32		R=1	0,99799651					
16			tp	41,7337686					

Рис. 5. Розрахунок статистичної достовірності парного коефіцієнта автокореляції з лагом в 1 крок

Джерело: розроблено автором на основі фінансової звітності.

Як бачимо,  $t_p < t_a$ , тому гіпотеза про наявність автокореляції з лагом в 1 крок не підтвердилася, для цього розраховуємо аналогічно парний коефіцієнт автокореляції для лага в 2 кроки  $R_{1=2}$ , а також у три кроки, щоб визначити, з якою періодичністю необхідно аналізувати та підраховувати ефективність діяльності підприємства.

t	yt	yt-2	yt x yt-2	(yt - ytcp) <sup>2</sup>	(yt-2 - ytc) <sup>2</sup>	yt-2 <sup>2</sup>
3	36448	35643	1,299E+09	2593710,3	6029480,3	1,271E+09
4	35840	36448	1,306E+09	4921742,3	2730756,3	1,328E+09
5	25742	25840	665173280	151696172	150319860	667705600
6	45587	45742	2,085E+09	56678312	58392522	2,092E+09
7	45220	45587	2,061E+09	51287082	56047682	2,078E+09
8	45286	45220	2,048E+09	52236756	50687280	2,045E+09
9	35036	35286	1,236E+09	9135506,3	7921410,3	1,245E+09
10	35309	35036	1,237E+09	7559750,3	9591160,3	1,228E+09
Всього	304468	304804	1,194E+10	336109032	341520152	1,195E+10
ytcp		38058,5				
yt-2cp		38100,5				
R1=2		0,998098518				
tp		39,66381225				
tтабл		2,446911851				

Рис. 6. Розрахунок парного коефіцієнта автокореляції з лагом в 2 кроки і його статистичної достовірності

Джерело: розроблено автором на основі фінансової звітності.

З рис. 6 видно, що гіпотеза про наявність автокореляції з лагом в 3 кроки (3 квартали) підтверджується, тоді необхідно розраховувати 3-факторну авторегресійну модель такого вигляду (2) [6]:

$$\hat{y}_t = a_0 + a_1 \times y_{t-1} + a_2 \times y_{t-2} + a_3 \times y_{t-3} \quad 2$$

Для розрахунку використаємо програму Excel за МНК (рис. 7).

Регрессионная статистика								
Множествен	0,9390163							
R-квадрат	0,8817516							
Нормирован	0,81080257							
Стандартная	184,264592							
Наблюдения	9							
Дисперсионный анализ								
	df	SS	MS	F	значимость F			
Регрессия	3	1265915,69	421971,897	12,4279572	0,00937164			
Остаток	5	169767,199	33953,4398					
Итого	8	1435682,89						
Кoeffициенты стандартных P-Значение Нижние 95% Верхние 95% Нижние 95,0% Верхние 95,0%								
Y-пересечен	2571,00326	887,330074	2,89745985	0,03389083	290,048692	4851,95783	290,048692	4851,95783
Переменная	0,57565482	0,1697117	3,39195709	0,01941996	0,13939699	1,01191265	0,13939699	1,01191265
Переменная	0,11114708	0,04834054	2,29925211	0,06983765	-0,0131162	0,23541039	-0,0131162	0,23541039

Рис. 7. Розрахунок рівняння авторегресійної моделі для купівельної активності туристичної фірми

Джерело: розроблено автором на основі фінансової звітності.

Рівняння авторегресійної моделі матиме вигляд:

Перевіряємо її статистичну точність на основі відносної помилки апроксимації  $\varepsilon_{vidn}$ , яке повинно становити менше 15%, так як це засвідчує статистичну точність моделі (3) [5, с. 74].

$$\varepsilon_{vidn} = \left( \sum_{t=3}^n \frac{|y_t - \hat{y}_t|}{y_t} \right) : (n - 1) \times 100 = 0,1778 : 6 \times 100 = 2,96. \quad 3$$

Перевіримо також статистичну достовірність за F-критерієм (4) [4]:

$$F_p = \frac{R_{l=3}^2}{1 - R_{l=3}^2} \times \left( \frac{n - l - m}{m - 1} \right) = \frac{0,75}{1 - 0,75} \times \frac{10 - 3 - 2}{2 - 1} = 6,27 \quad 4$$

$$F_a \{ \alpha = 0,05 \ V_1 = m - 1 = 1 \ V_2 = n - l - m = 5 \} = 4,06.$$

$F_p > F_a$  тобто з ймовірністю 0,95 можна стверджувати, що рівняння статистично достовірне. На основі цієї моделі можна зробити прогнозування купівельної активності за допомогою множинної регресії в Excel.

За допомогою такої моделі можна визначити, як реагує купівельна активність на різні фактори, що дає змогу зробити висновки щодо ефективності застосованих заходів на туристичний бізнес. З проведеного аналізу очевидно, що, незважаючи на труднощі, які існують сьогодні в туристичній галузі, підприємства можуть застосовувати різні заходи для покращення свого становища, при цьому застосовувати планування діяльності на основі прогнозування. Також спрямувати зусилля на формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей та перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу; залучати внутрішні і зовнішні інвестиції в розвиток регіонів; створювати системні та комплексні передумови для сталого розвитку туристичної індустрії; прогнозувати купівельну спроможність споживачів; далі вивчати міжнародного досвіду управління в сфері туризму, ролі недержавного сектору, питань випереджувального розвитку та механізмів стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності в контексті євроінтеграційних процесів.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Україна має значні потенційні можливості для динамічного розвитку туристичної індустрії й відповідної інтеграції у світовий туристичний простір. З урахуванням досліджень купівельної спроможності можемо виявити періодичність та динамічність прибутку за певний період. Зростання купівельної спроможності тільки збільшить частку бізнес-туристів в Україні та приблизить підприємство до надання тільки якісних послуг з вимогами міжнародних стандартів. Євроінтеграційні процеси, що відбуваються сьогодні, відіграють важливу роль у формуванні нового покоління бізнесменів та політиків, які все частіше беруть участь у міжнародних конгресах і форумах за кордоном не тільки як слухачі, а й як спікери.

У контексті формування якісно нової інституційної площини розвитку економіки знань потребують ґрунтовних подальших досліджень. Так як, розвиток туристичної галузі в Україні за умов глобалізації та євроінтеграції потребує актуалізації видів туристичної діяльності, здійснення інтеграції з міжнародними лідерами туристичної галузі, запровадження вже існуючого світового досвіду із задоволення попиту споживачів галузі.

### Література

1. Міністерство інфраструктури України. Євроінтеграція. URL: <https://mtu.gov.ua/timeline/Evrointegraciya.html> (дата звернення: 10.04.2021)
2. Копець Г. Р., Кулиняк І. Я. Сучасні напрями розвитку підприємств у сфері туризму в Україні. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія : Проблеми економіки та управління.* 2020. Вип. 4. № 2. С. 37–48.
3. Демків Ю. М., Стукач Т. М. Українська туристична галузь у світовому середовищі: адаптація за умов впливу глобальної міжнародної кризи COVID-19. *Бізнес-навігатор.* 2020. Вип. 4. С. 18–25.
4. Transnational corp. URL: orations in the global world economic environment. URL: <https://ac.els-cdn.com/S187704281631120X/1> (дата звернення: 11.03.2021)
5. Прокопишин-Рашкевич Л. М., Шадурська Б. О., Петрович Й. М. Індустрія туризму в Україні: перспективні напрями та виклики сучасності. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія : Проблеми економіки та управління.* 2020. Т. 4. № 1. С. 72–82.
6. Brussels, Europe's best choice for business tourism. URL: <http://www.investinbrussels.com/en/index.cfm/news-events/news/brussels-europee28099s-best-choice-for-business-tourism> (дата звернення: 22.04.2021)
7. Про розвиток туристичної галузі України. URL: <http://narodna.pravda.com.ua/travel/5b5f15f4d5bbb/> (дата звернення: 18.02.2021).
8. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 12.04.2021)
9. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO World Tourism Organization). URL: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals> (дата звернення: 11.03.2021)
10. Обозна А. О. Аналіз стану розвитку вітчизняної туристичної галузі у відповідності з міжнародними рекомендаціями статистичних показників. *Ефективна економіка.* 2019. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7153> (дата звернення: 24.04.2021)
11. Марченко О. А. Концептуальні засади регіонального розвитку туристичної індустрії. *Економіка і суспільство.* 2017. № 10. С. 454–458.

### References

1. Ministerstvo infrastruktura Ukrainy. Evroinegraciya. Retrieved from: <https://mtu.gov.ua/timeline/Evrointegraciya.html> [in Ukrainian]
2. Kopets, H. R., and Kulyniak, I. Ya. (2020) Suchasni napriamy rozvytku pidprijemstv u sferi turyzmu v Ukraini [Modern Directions of Tourism Enterprises Development in Ukraine]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhniky». Serii «Problemy ekonomiky ta upravlinnia»*, vol. 4, no. 2. 37-48 [in Ukrainian].
3. Demkiv, Yu. M., and Stukach, T. M. (2020) Ukrainska turystychna haluz u svitovomu seredovysshchi: adaptatsiia za umov vplyvu hlobalnoi mizhnarodnoi kryzy COVID-19 [Ukrainian Tourism Industry in the World Environment: Adaptation to the Global International Crisis COVID-19]. *Biznes-navihator*, no. 4, 18-25 [in Ukrainian].

4. Transnational corp. URL: orations in the global world economic environment. Retrieved from: <https://ac.els-cdn.com/S187704281631120X/1> [in English].
5. Prokopyshyn-Rashkevych, L. M., Shadurska, B. O., and Petrovych, I. M. (2020) Industriia turizmu v Ukraini: perspektyvni napriamy ta vyklyky suchasnosti [Tourism Industry in Ukraine: Prospective Directions and Challenges of Modernity]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». Seriya «Problemy ekonomiky ta upravlinnia»*, vol. 4, no. 1, 72-82 [in Ukrainian].
6. Brussels, Europe's best choice for business tourism. Retrieved from: <http://www.investinbrussels.com/en/index.cfm/news-events/news/brussels-europee28099s-best-choice-for-business-tourism> [in English]
7. Pro rozvytok turystychnoyi haluzi Ukrayiny [On the development of the tourism industry of Ukraine]. Retrieved from: <http://narodna.pravda.com.ua/travel/5b5f15f4d5bbb/> [in Ukrainian].
8. Ofitsiyniy sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Official site of the State Statistics Service of Ukraine]. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].
9. Ofitsiynyy sayt Vsesvitn'oyi turystychnoyi orhanizatsiyi [Official site of the World Tourism Organization (UNWTO World Tourism Organization)]. Retrieved from: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals> [in Ukrainian].
10. Obozna A. O. (2019) Analiz stanu rozvytku vitchyznyanoyi turystychnoyi haluzi u vidpovidnosti z mizhnarodnyimi rekomendatsiyamy statystychnykh pokaznykiv [Analysis of the state of development of the domestic tourism industry in accordance with international recommendations of statistical indicators]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, 6. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7153> [in Ukrainian].
11. Marchenko O. A. (2017) Kontseptual'ni zasady rehional'noho rozvytku turystychnoyi industriyi [Conceptual bases of regional development of the tourist industry]. *Ekonomika i suspil'stvo – Economy and society*, 10, pp. 454–458 [in Ukrainian].

Статтю отримано 29 жовтня 2021 р.

Article received October 29, 2021.