

## 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-2-23>

УДК 338.48

**Байда Б.Ф.**

кандидат економічних наук, докторант,  
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

**Bayda Bogdana**

Lesya Ukrainka Eastern European National University

### ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ

*У статті здійснено оцінювання ефективності діяльності туристичних компаній на підставі економетричної моделі завдяки формуванню зв'язків між чинниками. Встановлено чинники, які мають вплив на ефективність діяльності туристичних компаній, проведено прогнозування індикаторів, що обґрунтовують ефективність діяльності туристичних компаній, аргументовано результати проведених обчислень. Виявлено вплив експертної оцінки ефективності системи управління туристичною компанією (відносно експертної оцінки наданих туристичних послуг) на ефективність діяльності туристичної компанії. Відповідно до запропонованої економетричної моделі отримано значення оцінок ефективності, включаючи залежність досліджуваного показника під час зміни експертної оцінки ефективності системи управління туристичною компанією для деяких значень експертної оцінки наданих туристичних послуг та фіксованих значень інших чинників. Згідно з отриманими результатами зроблено висновок про те, що підвищення якості системи управління туристичною компанією для різних значень наданих туристичних послуг та фіксованих значень інших показників приводить до підвищення ефективності діяльності туристичної компанії.*

**Ключові слова:** ефективність, оцінка, туристичні компанії, показники, чинники, економетрична модель.

**Постановка проблеми.** Сучасні динамічні умови, напрями функціонування та розвитку туристичного бізнесу вимагають розроблення та апробування нових науково-методичних положень і принципів надання туристичних послуг, що обумовить більш ефективне ухвалення управлінських рішень і вирішення завдань щодо забезпечення творення якісної туристичної продукції. Загрози, які виникають на всіх етапах життєвого циклу організацій і зумовлені невизначеністю, спричиняють ризик та небезпеку неуспішної діяльності суб'єктів туристичного ринку [1]. Рациональна оцінка ефективності діяльності туристичних компаній сприяє забезпеченню пошуку та ухваленню оптимальних управлінських рішень на всіх ієрархічних рівнях національної економіки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Суттєві напрацювання у сфері оцінювання ефективності діяльності туристичних компаній та їхнього стратегічного розвитку здійснили такі науковці, як, зокрема, В. Герасименко, А. Асаф [5], Ф. Агбола [5], Р. Арезкі [6], О. Петрух [7], Н. Мельник [4], Р. Шериф [5], Й. Піотровський [6], З. Юринець [3], Р. Каплан, К. Каспар, А. Тхагапсов, В. Фреєр.

Постає потреба ретельного дослідження питання особливостей оцінювання ефективності діяльності туристичних компаній, виявлення основних чинників, які мають вплив на ефективність, прогнозування показників, що впливають на ефективності діяльності туристичних компаній.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є виклад результатів оцінювання ефективності діяльності туристичних компаній на основі побудованої економетричної моделі завдяки виявленню зв'язків між вибраними показниками.

**Виклад основного матеріалу.** Оцінка ефективності туристичної компанії дуже важлива для успішного управління бізнесом. Ефективність у сфері означає найкраще використання ресурсів, вибір обсягу та структури вхідних і вихідних продуктів, які мінімізують витрати або максимізують дохід [3]. Проблемою оцінювання економічної ефективності туристичної компанії є відсутність універсальних показників ефективності діяльності суб'єктів туристичного бізнесу.

Для того щоби керувати туристичною компанією, необхідно сформулювати принципи оцінювання ефек-

тивності з урахуванням новітніх уявлень про успішність. У процесі управління розглядаються показники, які відображають та характеризують поведінку економічних об'єктів.

Побудовано економетричну модель прогнозування значення бінарної змінної. Модель оцінює результати діяльності туристичних компаній шляхом виявлення зв'язків між вибраними чинниками. Модель *logit* дає змогу відповідальним особам визначати групу ефективних компаній з високим рівнем менеджменту. Метод логістичної регресії дає змогу проаналізувати чинники, що впливають на результуючу змінну, врахувати моделі нелінійної залежності та інтерпретувати отриманий результат (ефективність діяльності туристичної компанії). Логіт-аналіз допомагає визначити номінальну вартість реалізації показника ефективності туристичної компанії. Ефективність туристичної компанії буде оцінюватися в межах [0; 1]. Це означає, що неефективність діяльності туристичної компанії дорівнює 0, ефективність діяльності туристичної компанії – 1.

Задля оцінювання ефективності діяльності туристичної компанії (*f*) було використано кілька показників, таких як *x1* – експертна оцінка ефективності системи управління туристичними компаніями, *x2* – експертна оцінка професіоналізму персоналу, *x3* – експертна оцінка якості наданих туристичних послуг, *x4* – рентабельність (фінансовий коефіцієнт, який вимірюється

як дохід туристичної компанії, поділений на вартість інвестицій), *x5* – коефіцієнт доходу на одного працівника (фінансовий коефіцієнт, який вимірює дохід туристичної компанії, що генерується в середньому кожним працівником туристичної компанії).

Статистичні та експертні дані для формування моделі оцінювання ефективності діяльності туристичної компанії наведені на рис. 1.

Логіт-модель була побудована з використанням STATISTICA як статистичного пакета економічних наук. Параметри логіт-моделі у STATISTICA показані на рис. 2.

Як показано на рис. 2, модель *logit* поєднує в собі високу надійність (підтверджується обчисленим значенням  $x_i^2 = 55,98$ ) і майже нульову ймовірність відхилення нульової гіпотези.

Аналітичний вираз для опису сформованої моделі логіт можна представити таким чином:

$$F(f_i = 1|x_i) = (1 + e^{65,1 - 6,03x_1 - 0,53x_2 + 1,28x_3 - 0,03x_4 - 0,15x_5})^{-1}, \quad (1)$$

де  $F(f_i)$  – ефективність діяльності туристичної компанії;  $x_i$  – фактори, що впливають на ефективність діяльності туристичних компаній ( $i = 1, n$ ).

Отриманий вираз може бути використаний для оцінювання ефективності туристичної компанії з урахуванням різних значень показників (факторів, що впливають на ефективність).

Назва туристичної компанії	Ефективність туристичної компанії	Факховість персоналу, задіяного у туристичній компанії	Система менеджменту туристичної компанії	Якість наданих туристичних послуг	Прибуток, отриманий від надання туристичних послуг, грн.	Кількість персоналу, ос.	Затрати на ведення туристичного бізнесу, грн.
Join UP	1	6	10	9	3463867000	1695	7214370000
Karya Tour	0	8	5	9	9846000	209	4501000
Anex Tour	1	9	9	8	160497000	277	3393000
Travel Dreams	0	6	7	7	11363000	305	6375000
TEZ Tour	1	7	9	8	2616317000	4043	146000
Hot Tours	0	8	7	8	12844000	154	14638000
Coral Travel	1	7	10	8	3317233000	2321	6244673000
Black Sea	0	7	5	9	10013000	187	11739000
TUI Ukraine	1	8	9	8	829713000	625	46555000
IdrisKa tour	0	7	7	8	9839000	159	7385000
Pegas Touristik	1	7	10	8	629267000	3340	83551000
News Travel	0	6	8	8	12473000	212	13727000
TPG	1	9	10	7	119852000	514	45621000
Hot Tours	0	8	7	9	329000	188	4737000
Lucky Tour	0	9	8	8	10985000	324	5476000

Рис. 1. Фрагмент основної матриці факторів оцінювання ефективності діяльності туристичної компанії

Джерело: сформовано відповідно до джерела [2]

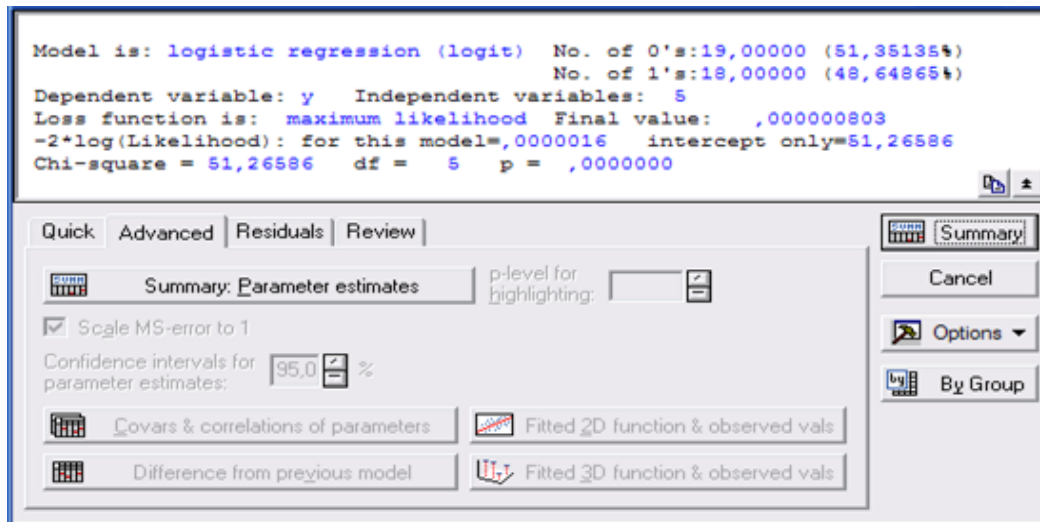


Рис. 2. Параметри логіт-моделі в STATISTICA

Джерело: розроблено автором

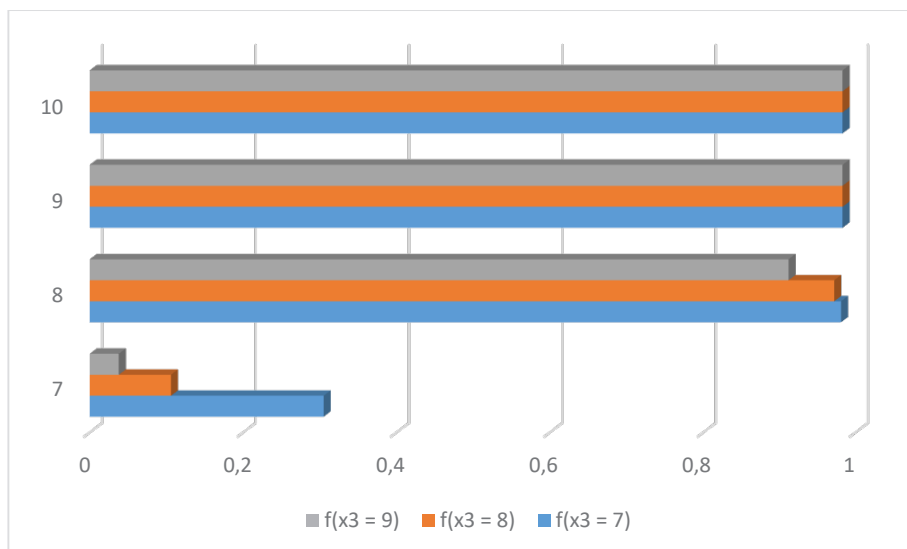


Рис. 3. Вплив експертної оцінки ефективності системи управління туристичною компанією (відносно експертної оцінки якості наданих послуг) на ефективність діяльності туристичної компанії

Джерело: розроблено автором

Оцінки ефективності, включаючи залежність досліджуваного показника за зміни коефіцієнта  $x_1$  (експертна оцінка ефективності системи управління туристичними компаніями) на деякі значення коефіцієнта  $x_3$  (експертна оцінка якості наданих туристичних послуг) та фіксованих значень інших чинників  $x_2$ ,  $x_4$ ,  $x_5$ , були обчислені за допомогою запропонованої логіт-моделі й показані на рис. 3.

За отриманими результатами (рис. 3) можна стверджувати, що підвищення якості системи управління туристичними компаніями ( $x_1$ ) для різних значень якості наданих туристичних послуг та фіксованих значень інших показників ( $x_2$ ,  $x_4$ ,  $x_5$ ) приводить до зростання ефективності діяльності туристичної компанії.

Хоча доступ до подорожей все більше розширюється, якість послуг у багатьох компаніях в Україні залишається недостатньою [4]. У цьому контексті варто наголосити на необхідності рухатися до підвищення якості туристичних послуг.

Індустрія туризму охоплює багато секторів. Залежно від ситуації в країні та природних ресурсів туристична галузь у кожній конкретній області може суттєво різнитися [7]. Якість стала важливим фактором глобальної конкуренції [5]. Інтенсивна глобальна конкуренція та попит на вищу якість з боку клієнтів змусили організації усвідомити переваги надання якісних продуктів та послуг, щоб успішно конкурувати та виживати. Менеджери цих секторів зрозуміли, що

підвищення якості послуг є важливим для досягнення задоволеності клієнтів, що може допомогти вижити на міжнародно-конкурентному ринку [6].

Проблема, пов'язана з індустрією подорожей, полягає у відсутності відповідних механізмів контролю якості наданих послуг. Надаючи туристичні послуги, успішні компанії забезпечують високий пріоритет зростання чутливості. Комплексний розвиток туризму та курортів в Україні повинен бути спрямований на підвищення якості наданих послуг та зростання економічної ефективності.

**Висновки.** Використання запропонованої економетричної моделі дає можливість вченим та економістам всебічно та унікально оцінювати сучасну ситуацію розвитку туристичної компанії. Замість того, щоб суб'єктивно оцінювати чинники, які впливають

на результати діяльності туристичної компанії, маємо змогу більш точно та об'єктивно моделювати розвиток компанії, включаючи різні типи показників.

Розроблена модель оцінювання ефективності діяльності туристичних компаній дає змогу відповідальним особам прогнозувати майбутній напрям розвитку сфери туризму. Запропонована логіт-модель не обмежується туристичними компаніями, описаними в дослідженні, адже насправді модель розроблена для підвищення ефективності компаній різних типів та категорій. У поточному дослідженні розглянуто лише п'ять чинників, які впливають на ефективність діяльності туристичної компанії. У майбутніх дослідженнях можна буде вивчити більше факторів для виявлення ефективності туристичних компаній.

#### Список літератури:

1. Байда Б. Системний підхід до розвитку менеджменту туризму. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. Т. 30 (69). № 2. С. 22–25.
2. Інформація про фінансово-економічні показники туризму та курортів / Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 28.12.2019).
3. Юринець З. Чинники, що визначають формування конкурентоспроможності національної економіки. *Вісник ХНУ. Економічні науки*. 2013. Т. 1 (202). № 4. С. 230–233.
4. Юринець З., Мельник Н. Основні аспекти формування маркетингової політики на підприємствах туристичної галузі України *Вісник Херсонського державного університету*. 2014. Вип. 6 (27). С. 222–225.
5. Assaf A.G., Agbola F.W. Efficiency analysis of the Australian accommodation industry: A Bayesian output distance function. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 2014. № 38 (1). P. 116–132.
6. Arezki R., Cherif R., Piotrowski J. Tourism Specialization and Economic Development Evidence from the UNESCO World Heritage List. URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2009/wp09176.pdf> (дата звернення: 28.12.2019).
7. Yurynets Z., Bayda B., Petrush O. Country's economic competitiveness increasing within innovation component. *Economic Annals – XXI*. 2015. № 9–10. P. 32–35.

#### References:

1. Baida B. (2019). Systemnyy pidkhdid do rozvytku menedzhmentu turyzmu [A systematic approach to the development of tourism management]. *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho. Serii: Ekonomika i upravlinnia*. Vol. 30 (69), no. 2, pp. 22–25.
2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [The State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://ukrstat.gov.ua> (accessed: 28 December 2019).
3. Yurynets Z. (2013). Chynnyky, shcho vyznachayut' formuvannya konkurentospromozhnosti natsional'noyi ekonomiky [Factors that determine the formation of the competitiveness of the national economy]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, vol. 1 (202), no. 4, pp. 230–233.
4. Yurynets Z., Melnyk N. Osnovni aspekty formuvannya marketyngovoyi polityky na pidpryemstvakh turystychnoyi galuzi Ukrainy [The main aspects of marketing policy formation in the enterprises of the tourist industry of Ukraine]. *Visnyk Hersonskoho derzhavnogo universitetu*, 2014, vol. 6 (27), pp. 222–225.
5. Assaf A.G., Agbola F.W. (2014). Efficiency analysis of the Australian accommodation industry: A Bayesian output distance function. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, no. 38 (1), pp. 116–132.
6. Arezki R., Cherif R., Piotrowski J. Tourism Specialization and Economic Development Evidence from the UNESCO World Heritage List. Available at: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2009/wp09176.pdf> (accessed: 28 December 2019).
7. Yurynets Z., Bayda B., Petrush O. (2015). Country's economic competitiveness increasing within innovation component. *Economic Annals – XXI*, no. 9–10, pp. 32–35

**ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ**

*В статье осуществлено оценивание эффективности деятельности туристических компаний на основе эконометрической модели благодаря формированию связей между факторами. Установлены факторы, которые влияют на эффективность деятельности туристических компаний, проведено прогнозирование индикаторов, обосновывающих эффективность деятельности туристических компаний, аргументированы результаты проведенных вычислений. Выявлено влияние экспертной оценки эффективности системы управления туристической компанией (относительно экспертной оценки предоставленных туристических услуг) на эффективность деятельности туристической компании. Согласно предложенной эконометрической модели получено значение оценок эффективности, включая зависимость исследуемого показателя при изменении экспертной оценки предоставленных туристических услуг и фиксированных значений других факторов. Согласно полученным результатам сделан вывод о том, что повышение качества системы управления туристической компанией для различных значений предоставленных туристических услуг и фиксированных значений других показателей приводит к повышению эффективности деятельности туристической компании.*

**Ключевые слова:** эффективность, оценка, туристические компании, показатели, факторы, эконометрическая модель.

**EVALUATION OF EFFECTIVENESS OF TOURISM COMPANIES ACTIVITY**

*The object of the article is to evaluate the effectiveness of tourism companies on the basis of the econometric model constructed by identifying the links between the factors. A rational evaluation of the effectiveness of tourism companies' activities helps to ensure optimal management decisions at all hierarchical levels of the national economy. The study used statistical and expert data to form a model for evaluating the effectiveness of tourism companies. The purpose of the article is to investigate the key factors that have an impact on the effectiveness of tourism companies, to make the forecasting the dynamics of the main indicators that affect the effectiveness of tourism companies, to substantiate the results of the calculations. The research is based on the following methods: analysis, synthesis, generalization and induction to identify factors that affect the effectiveness of tourism companies, to form conclusions; econometric modeling, forecasting to build an econometric model of tourism companies' effectiveness and predict indicators; schematic and graphic images for the visual display of the results of research and analytical data. The results indicated that the influence of the expert evaluation of the effectiveness of the management system of the travel company (relative to the expert evaluation of provided tourist services) on the effectiveness of the activity of the tourist company has been revealed. According to the proposed econometric model, the values of effectiveness estimates have been obtained, including the dependence of the studied indicator on the change of the coefficient expert evaluation of the effectiveness of the management system of the travel company for some values of the coefficient expert evaluation of provided tourist services and fixed values of other factors. The main provisions can be adopted by executive bodies of the tourism companies. The econometric model can be used by scientists and economists to comprehensively and uniquely assess the current situation of tourism company development. The developed model of estimation of effectiveness of tourist company's activity allows responsible persons to predict the future direction of development of the sphere of tourism.*

**Key words:** tourism, investments, indicators, analysis, inbound tourism.