

УДК 338.386.4 (477)

JEL classification: C51, M 21, L83.

Ольга НІКОЛАЙЧУК

## ОЦІНКА ВПЛИВУ ЗОВНІШНІХ ЧИННИКІВ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ

### **Анотація**

*Мета статті – дослідити вплив ключових параметрів розвитку підприємництва сфери туризму та гостинності України.*

*Предметом дослідження є фактори розвитку підприємництва в сфері туризму та гостинності України.*

*Методи. Методами дослідження є систематизація та групування (для виявлення основних впливових чинників та їх розподілу за групами), методи економіко-математичної статистики та моделювання (для побудови кореляційно-регресійних моделей впливу факторів на розвиток підприємництва в сфері туризму та гостинності), абстрактно-логічний метод (для формулювання висновків).*

*Результати. Проаналізовано основні показники розвитку підприємництва сфери гостинності та туризму в Україні: динаміку та структуру кількості суб'єктів бізнесу, чисельність зайнятих, обсяги реалізованої продукції. Для визначення перспектив розвитку підприємництва сфери туризму та гостинності України та виявлення ключових впливових чинників його активізації було проведено багатфакторний кореляційно-регресійний аналіз. У якості залежного показника було обрано обсяг реалізованої продукції всіх суб'єктів господарювання цієї галузі. За допомогою побудови кореляційної матриці виявлено найбільш впливові зовнішні фактори розвитку підприємницьких структур досліджуваної сфери бізнесу та згруповано їх у такі групи: соціально-економічне становище населення, ефективність державного управління, політичні чинники, розвиток транспортної інфраструктури, інвестиційно-фінансове забезпечення розвитку галузі, інфляційні процеси, інтеграція країни у світове господарство. Отримано регресійну модель залежності реалізованої продукції сфери туризму та гостинності від капіталовкладень у галузь. Зроблено висновок про те, що збільшення інвестицій на 1 дол. США приводить до збільшення реалізованої продукції сфери туризму та гостинності на 1080,63 дол. США.*

*Ключові слова: підприємництво, сфера туризму та гостинності, кореляційно-регресійний аналіз, фактори розвитку.*

**Формул: 2, рис.: 1, табл.: 9, бібл.: 17.**

**Постановка проблеми.** Сфера туризму та гостинності є домінуючим чинником забезпечення соціально-економічного зростання для багатьох країн світу. Досліджуючи динаміку основних показників діяльності сфери туризму та гостинності України протягом останніх років, можна констатувати наявність негативних тенденцій, що супроводжуються скороченням кількості обслуговуваних туристів та зайнятих працівників, генеруванням невисоких щорічних надходжень до ВВП. З метою підвищення ефективності функціонування зазначеної сфери діяльності виникає необхідність детального вивчення факторів, що впливають на її розвиток.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідження впливу сфери туризму та гостинності на соціально-економічний розвиток суспільства широко вивчається в зарубіжній та вітчизняній науковій літературі. Зокрема, аналіз впливу факторів стійкого розвитку туризму було проведено Ф. Велласом [1], де оцінено вплив туризму на ВВП, зайнятість, постачання товарів та послуг в окремих секторах економіки, на економічний розвиток та скорочення макроекономічного дисбалансу. Ж. Балагер та М. Кантавелла-Жорда [2] аналізували значення туризму для економічного зростання економіки Іспанії. Ф. Чен, К. Лим, М. МакАлир [3] досліджували вплив волатильності міжнародних туристичних прибуттів Австралії.

В той же час ряд наукових досліджень стосуються встановлення впливу окремих чинників на сферу туризму та гостинності. Так, в роботах М. Р. Гупти, П. В. Дутти [4] та Р. Непала, М. І. аль Ирсияда, С. К. Непала [5] досліджується взаємозв'язок між розвитком туризму, забрудненням навколишнього середовища, споживанням енергії та накопиченням капіталу. В роботі [6] аналізується вплив корупції та розвиток туристичної галузі.

Ж. М. Шаєкіна, А. Т. Тлеубердінова, Д. К. Муканова [7] проводили оцінку залежності розвитку туризму від рівня соціально-економічного розвитку Карагандинського регіону.

В. Маракова, Т. Дир, А. Волак-Тузідек [8] оцінювали залежність між конкурентоспроможністю держав-членів Європейського Союзу та вибраними факторами, що визначають конкурентоспроможність туризму в цих державах. В роботі [9] досліджувався зв'язок рівня конкурентоспроможності італійської готельної індустрії від рівня ефективності бізнес-корпорацій. Аналізу різних факторів, що впливають на експортоспроможність готельного бізнесу, присвячена робота [10].

Систематизацію факторів розвитку туристичної галузі України в теоретичному аспекті проведено С. Ю. Цьохлою [11] та М. П. Мальською [12]. Український дослідник М. С. Ємець [13] встановлював вплив інтеграційних процесів на розвиток міжнародного туризму в Україні за допомогою побудови регресійних рівнянь частки експорту туристичних послуг України для країн СНД і ЄС. В роботі [14] проводилася оцінка впливу чинників зовнішнього середовища на розвиток суб'єктів підприємницької діяльності сфери готельного бізнесу.

Незважаючи на значну увагу до чинників розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, необхідним є проведення оцінки комплексного впливу різноманітних чинників на стан та розвиток підприємництва вітчизняної сфери туризму та гостинності, що актуалізує необхідність здійснення наукових розробок в цій галузі.

**Метою статті** є оцінка впливу ключових параметрів розвитку підприємництва сфери туризму та гостинності України.

**Виклад основного матеріалу.** Підприємництво – це особливий стиль господарської поведінки, в основі якого – пошук нових можливостей розвитку бізнесу, орієнтація на інновації, вміння залучати ресурси з різних джерел.

Основними показниками розвитку підприємництва будь-якої сфери діяльності, в тому числі сфери туристичних агентств, туристичних операторів, підприємств з надання інших послуг із бронювання та пов'язаної з цим діяльності, є кількість суб'єктів господарювання, чисельність зайнятого на них населення, обсяги реалізованої продукції.

Проведемо оцінку динаміки та структури суб'єктів господарювання у сфері туризму та гостинності України (табл. 1).

Таблиця 1

**Кількість суб'єктів господарювання залежно від їх розміру  
в сфері туристичних агентств, туристичних операторів, підприємств  
з надання інших послуг із бронювання та пов'язаної з цим діяльності**

Показник	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Зміна 2017/ 2010, %
Загальна кількість суб'єктів господарювання	10486	8560	8226	9829	10270	9392	10460	10093	-3,75
в тому числі									
– суб'єкти великого підприємництва	–	–	–	–	–	–	1	–	–
– суб'єкти середнього підприємництва	49	44	36	33	24	18	43	17	-65,31
частка, % від загальної кількості суб'єктів	0,47	0,51	0,44	0,34	0,23	0,19	0,41	0,17	-0,3
– суб'єкти малого підприємництва	10437	8516	8190	9796	10246	9374	10416	10076	-3,46
частка, % від загальної кількості суб'єктів	99,53	99,49	99,56	99,66	99,77	99,81	99,58	99,83	0,30
з них суб'єкти мікропідприємництва	10182	8271	7968	9578	10063	9213	10184	9911	-2,66
частка, % від загальної кількості суб'єктів	97,10	96,62	96,86	97,45	97,98	98,09	97,36	98,20	1,10

Джерело: розроблено за даними Держкомстату України [15].

За станом на 2017 р. кількість суб'єктів менша на 4% від рівня 2010 р. Переважну більшість діючих суб'єктів господарювання в досліджуваній сфері бізнесу становлять суб'єкти малого підприємництва – їх частка перевищує 99%. Однак їх кількість за аналізований період зменшилася на 3,46%, а частка зросла на 0,3% та в 2017 р. становила 99,83%. Найбільша кількість суб'єктів малого бізнесу припадає на мікросуб'єкти (з чисельністю працюючих менше 10 осіб), причому за 2010–2017 рр. їх обсяг зменшився на 2,66%, а частка зросла на 1,1%.

Кількість зайнятих працівників у сфері гостинності та туризму, що відображена на рис. 1, за 2010–2017 рр. скоротилася на 21%. Це пояснюється насамперед зменшенням попиту на послуги галузі, що викликано скороченням туристичної

активності населення через падіння його купівельної спроможності, туристичної привабливості країни для іноземних відвідувачів через нестабільне політичне та соціально-економічне середовище тощо. Найвищу зайнятість зафіксовано в 2010 р., а найменшу – в 2015 р.

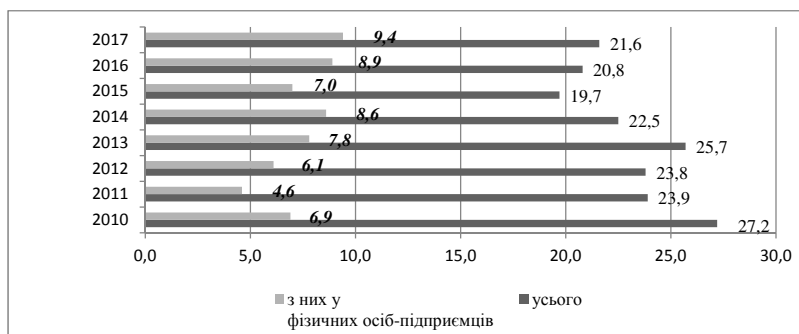


Рис. 1. Кількість зайнятих працівників на суб'єктах господарювання у сфері туристичних агентств, туристичних операторів, підприємств з надання інших послуг із бронювання та пов'язаної з цим діяльності в 2010–2017 рр., тис. ос.  
Джерело: розроблено за даними Держкомстату України [15].

Щодо динаміки реалізації продукції суб'єктами господарювання у сфері туристичних агентств, туристичних операторів, підприємств з надання інших послуг із бронювання та пов'язаної з цим діяльності, то вона наведена в табл. 2.

Таблиця 2

**Динаміка реалізованої продукції у суб'єктів господарювання у сфері туристичних агентств, туристичних операторів, підприємств з надання інших послуг із бронювання та пов'язаної з цим діяльності, млн. грн.**

Рік	Реалізована продукція	Темп приросту, % до попереднього періоду
2010	4711,8	–
2011	4889	3,76
2012	6080,7	24,38
2013	6269,9	3,11
2014	4509,1	–28,08
2015	5519,8	22,41
2016	7006,8	26,94
2017	8434,5	20,38

Джерело: розроблено за даними Держкомстату України [15].

Оцінка обсягів реалізованої продукції свідчить про значний приріст за 2010–2013 рр. – на 33%, подальше скорочення на 12% протягом 2014–2015 рр. порівняно з 2013 р. та знов приріст на 52,8% в 2016–2017 р. Щорічні темпи приросту обсягів

продажу за 2015–2017 рр. перевищують 20%. Темп приросту показника за 2010–2017 рр. склав 79%, що насамперед є результатом значного зростання цін та інфляційними процесами в країні.

Для визначення перспектив розвитку підприємництва сфери туризму та гостинності України та виявлення ключових впливових чинників його активізації було проведено багатофакторний кореляційно-регресійний аналіз. У процесі відбору показників враховано доступність даних для аналізу та значущість окремих чинників для розвитку підприємництва в сфері туризму та гостинності.

В якості залежного показника було обрано обсяг реалізованої продукції всіх суб'єктів господарювання цієї галузі. Для виключення впливу інфляційного чинника на обсяг реалізованої продукції останній було перераховано в доларах США.

За допомогою вбудованого Пакету аналізу Excel побудовано кореляційні залежності реалізованої продукції галузі (Y) від впливу таких показників: курс долара до гривні ( $X_1$ ), індекс зміни споживчих цін ( $X_2$ ), середньомісячна зарплата ( $X_3$ ), безробітне населення за методологією МОП ( $X_4$ ), капіталовкладення в туризм ( $X_5$ ), індекс якості доріг ( $X_6$ ), рівень загальної глобалізації ( $X_7$ ), індекс верховенства права ( $X_8$ ), індекс економічної свободи ( $X_9$ ), рейтинг України за індексом Doing Business ( $X_{10}$ ), індекс контролю корупції ( $X_{11}$ ), індекс ефективності уряду ( $X_{12}$ ), індекс політичної стабільності ( $X_{13}$ ), відсоткова ставка за кредитами ( $X_{14}$ ), доступ до фінансування ( $X_{15}$ ), індекс людського розвитку ( $X_{16}$ ), кількість іноземців, які в'їхали до України ( $X_{17}$ ).

Інформаційною базою для формування вибірки вихідних показників слугували дані Держкомстату України [15] та ряду міжнародних організацій [16–17].

У результаті було отримано таку кореляційну матрицю (табл. 3).

Отримані значення коефіцієнтів кореляції дають змогу констатувати високий рівень залежності реалізованої продукції суб'єктів господарювання у сфері туризму, надання інших послуг із бронювання та пов'язаної з цим діяльності від таких факторів:

- кількість іноземців, які в'їхали до України ( $X_{17}$ ) – коефіцієнт кореляції 0,99,
- безробітне населення за методологією МОП ( $X_4$ ) – індекс кореляції -0,96,
- капіталовкладення в туризм ( $X_5$ ) – індекс кореляції 0,95,
- курс долара до гривні ( $X_1$ ) – коефіцієнт кореляції відповідно -0,89,
- рейтинг України за індексом Doing Business ( $X_{10}$ ) – кореляція 0,88,
- індекс політичної стабільності ( $X_{13}$ ) – коефіцієнт кореляції 0,88,
- індекс людського розвитку ( $X_{16}$ ) – коефіцієнт кореляції -0,81,
- індекс зміни споживчих цін ( $X_2$ ) – коефіцієнт кореляції -0,8,
- індекс контролю корупції ( $X_{11}$ ) – коефіцієнт кореляції 0,78,
- індекс економічної свободи ( $X_9$ ) – коефіцієнт кореляції -0,76,
- рівень загальної глобалізації ( $X_7$ ) – коефіцієнт кореляції -0,74,
- доступ до фінансування ( $X_{15}$ ) – коефіцієнт кореляції 0,7.

Таблиця 3

## Кореляційна матриця залежності реалізованої продукції суб'єктів бізнесу в сфері туризму та гостинності від факторів макросередовища

Y	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>3</sub>	X <sub>4</sub>	X <sub>5</sub>	X <sub>6</sub>	X <sub>7</sub>	X <sub>8</sub>	X <sub>9</sub>	X <sub>10</sub>	X <sub>11</sub>	X <sub>12</sub>	X <sub>13</sub>	X <sub>14</sub>	X <sub>15</sub>	X <sub>16</sub>	X <sub>17</sub>
Y	1																
X <sub>1</sub>	-0,89	1															
X <sub>2</sub>	-0,80	0,62	1														
X <sub>3</sub>	-0,63	0,88	0,26	1													
X <sub>4</sub>	-0,96	0,85	0,67	0,66	1												
X <sub>5</sub>	0,95	-0,89	-0,73	-0,68	-0,92	1											
X <sub>6</sub>	-0,59	0,81	0,47	0,74	0,51	-0,52	1										
X <sub>7</sub>	-0,74	0,90	0,56	0,80	0,64	-0,67	0,95	1									
X <sub>8</sub>	0,34	-0,61	0,07	-0,89	-0,48	0,41	-0,58	-0,55	1								
X <sub>9</sub>	-0,76	0,60	0,55	0,54	0,79	-0,67	0,41	0,56	-0,48	1							
X <sub>10</sub>	0,88	-0,98	-0,59	-0,88	-0,85	0,92	-0,74	-0,87	-0,67	-0,67	1						
X <sub>11</sub>	0,78	-0,89	-0,33	-0,89	-0,87	0,82	-0,68	0,77	-0,58	0,88	1						
X <sub>12</sub>	-0,63	0,66	0,52	0,63	0,59	-0,56	0,75	-0,59	0,83	-0,68	-0,50	1					
X <sub>13</sub>	0,88	-0,88	-0,70	-0,73	-0,79	0,84	-0,71	0,47	-0,82	0,92	0,68	-0,84	1				
X <sub>14</sub>	-0,52	0,53	0,72	0,19	0,32	-0,41	0,74	0,10	0,17	-0,45	-0,15	0,47	-0,53	1			
X <sub>15</sub>	0,70	-0,81	-0,34	-0,86	-0,81	0,75	-0,51	0,75	-0,49	0,79	0,95	-0,39	0,56	-0,06	1		
X <sub>16</sub>	-0,81	0,88	0,53	0,85	0,79	-0,76	0,78	-0,69	0,84	-0,90	-0,78	0,88	-0,95	0,40	-0,67	1	
X <sub>17</sub>	0,99	-0,88	-0,80	-0,62	-0,95	0,92	-0,77	0,37	-0,81	0,87	0,76	-0,70	0,90	-0,55	0,67	-0,84	1

Джерело: розроблено автором.

Коефіцієнти кореляції за факторами  $X_5, X_{10}, X_{11}, X_{13}, X_{15}, X_{17}$  мають прямий на обсяг реалізації, фактори  $X_1, X_2, X_4, X_7, X_9, X_{16}$ , – обернений зв'язок.

Середній рівень залежності з результативним показником демонструють такі фактори: середньомісячна зарплата ( $X_3$ ) – коефіцієнт кореляції  $-0,63$ ; індекс ефективності уряду ( $X_{12}$ ) – коефіцієнт кореляції  $-0,63$ ; індекс якості доріг ( $X_6$ ) – коефіцієнт кореляції  $-0,59$ ; відсоткова ставка за кредитами ( $X_{14}$ ) – коефіцієнт кореляції  $-0,52$ . Названі чинники справляють обернений вплив на обсяг реалізації досліджуваної сфери, що пояснюється негативними процесами зниження всіх показників через кризові явища в українській економіці.

Між фактором  $Y$  та  $X_6, X_8, X_{14}$  кореляційний зв'язок є слабким, тому вони виключаються з подальшого аналізу.

Таким чином, результати проведеного аналізу дозволили згрупувати найбільш значимі фактори розвитку підприємництва в сфері туризму та гостинності в такі групи:

1 група – соціально-економічне становище населення (фактори – середньомісячна зарплата, безробітне населення за методологією МОП, індекс людського розвитку). Це чинники матеріального та соціального становища населення, які визначають попит на продукцію галузі;

2 група – ефективність державного управління (фактори – індекс ефективності уряду, індекс контролю корупції, індекс економічної свободи, індекс Doing Business). Це чинники дієвості державної політики щодо створення сприятливого бізнес-середовища та підтримки підприємництва;

3 група – політичні фактори (індекс політичної стабільності) – це чинники стабільності внутрішньої та зовнішньої політики;

4 група – розвиток транспортної інфраструктури (індекс якості доріг). Ці чинники є передумовою розвитку ринку галузі;

5 група – інвестиційно-фінансове забезпечення розвитку галузі (фактори – капіталовкладення в туризм, доступ до фінансування, відсоткова ставка за кредитами). Ці фактори визначають фінансові можливості розвитку підприємництва;

6 група – інфляційні процеси (фактори – індекс зміни споживчих цін, курс долара до гривні). Ці фактори визначають інфляційні тенденції в країні та стабільність національної валюти;

7 група – інтеграція країни у світове господарство (рівень загальної глобалізації), що визначає рівень інтегрованості економіки та перспективи розвитку міжнародного туризму.

З метою подальшого використання отриманих результатів виникає необхідність проведення факторів на мультиколінеарність, причому вже виключені фактори не враховувалися. Такими факторами є  $X_1$  (корелює з  $X_3, X_7, X_{10}, X_{11}, X_{13}, X_{15}, X_{17}$ ),  $X_2$  (корелює з  $X_5, X_{17}$ ),  $X_3$  (корелює з  $X_1, X_{10}, X_{11}, X_{13}, X_{15}, X_{17}$ ),  $X_4$  (корелює з  $X_1, X_5, X_9, X_{10}, X_{11}, X_{15}, X_{17}$ ),  $X_5$  (корелює з  $X_1, X_3, X_{10}, X_{11}, X_{13}, X_{15}, X_{17}$ ),  $X_7$  (кореляція з  $X_1, X_3, X_{10}, X_{12}, X_{13}, X_{16}, X_{17}$ ),  $X_9$  (кореляція з  $X_{12}, X_{13}, X_{16}, X_{17}$ ),  $X_{10}$  (висока кореляція з  $X_1, X_3, X_7, X_{11}, X_{13}, X_{15}, X_{17}$ ),  $X_{11}$  (кореляція з  $X_1, X_3, X_5, X_{10}, X_{15}, X_{16}, X_{17}$ ),  $X_{13}$  (має сильну кореляцію з  $X_1, X_7, X_9, X_{10}, X_{12}, X_{16}, X_{17}$ ),  $X_{16}$  (кореляція з усіма факторами, окрім  $X_{15}$ ),  $X_{17}$  (кореляція з усіма факторами, окрім  $X_{15}$ ). Ці чинники мають коефіцієнт кореляції вище  $0,7$  з залежними

чинниками. Тому з дослідження були поступово виключені фактори  $X_1, X_{17}, X_{16}, X_{15}, X_{13}, X_{12}, X_{11}, X_{10}, X_7, X_4$ .

Таким чином, у якості впливових були відібрані такі фактори: індекс зміни споживчих цін (відповідно змінна  $X_1$  в майбутній регресійній моделі), капіталовкладення в туризм (відповідно  $X_2$ ), індекс економічної свободи ( $X_3$ ). За такими факторами було побудовано регресійну модель, отримані результати наведено в табл. 4–6.

Отже, регресійна модель має такий вигляд:

$$Y = -2493,55 - 3,53 \cdot X_1 + 743,7 \cdot X_2 - 42,41 \cdot X_3. \quad (1)$$

Таблиця 4

#### Регресійна статистика для лінійної моделі залежності реалізованої продукції від індексу споживчих цін, індексу економічної свободи та капіталовкладень

Показник	Значення
Множинний коефіцієнт кореляції R	0,97
Коефіцієнт детермінації R-квадрат	0,94
Нормований R-квадрат	0,90
Стандартна похибка	74,39
Спостереження	8

Джерело: розроблено автором.

Таблиця 5

#### Дисперсійний аналіз для лінійної моделі залежності реалізованої продукції від індексу зміни споживчих цін, індексу економічної свободи та капіталовкладень

Показник	df	SS	MS	F-критерій Фішера	Значущість F
Регресія	3	369514,882	123171,627	22,254	0,006
Залишок	4	22139,561	5534,890		
Всього	7	391654,443			

Джерело: розроблено автором.

Таблиця 6

#### Результати побудови лінійної моделі залежності реалізованої продукції від індексу зміни споживчих цін, індексу економічної свободи та капіталовкладень

Параметр	Коефіцієнти	Стандартна похибка	t-статистика	P-значення	Нижні 95%	Верхні 95%	Нижні 95,0%	Верхні 95,0%
Y-перетин	2493,55	1661,88	1,50	0,21	-2120,56	7107,66	-2120,56	7107,66
Змінна $X_1$	-3,53	2,87	-1,23	0,29	-11,49	4,42	-11,49	4,42
Змінна $X_2$	743,70	226,96	3,28	0,03	113,56	1373,84	113,56	1373,84
Змінна $X_3$	-42,41	34,03	-1,25	0,28	-136,90	52,07	-136,90	52,07

Джерело: розроблено автором.



Отримані результати свідчать про дуже високий статистичний зв'язок зміни обсягу реалізованої продукції сфери туризму та гостинності та всіх факторів у сукупності: коефіцієнт кореляції становить 0,97, а коефіцієнт детермінації – 0,94. Отримана модель є статистично достовірною, фактичний коефіцієнт  $F_{\text{факт}}=22,254$ , що більше  $F_{\text{табл}}=4,19$ .

Аналіз значущості кожного фактора окремо за критерієм Ст'юдента (T-Statistic та P-значення у таблиці) свідчить про те, що не всі фактори є статистично значимими: при рівні  $t_{\text{табл}}=2,36$  лише для фактору  $X_2$  зберігається рівність  $t_{\text{факт}} > t_{\text{табл}}$ .

Таким чином, зазначену модель не можна вважати адекватною через необхідність виключення змінних  $X_1$  та  $X_3$ .

Отже, після виключення факторів  $X_1$  та  $X_3$  отримуємо таку модель:

$$Y = -63,97 + 1080,63 \cdot X_1 \quad (2)$$

Показники адекватності рівняння наведені в табл.7–9.

Таблиця 7

**Регресійна статистика для лінійної моделі залежності реалізованої продукції від капіталовкладень**

Показник	Значення
Множинний коефіцієнт кореляції R	0,95
Коефіцієнт детермінації R-квадрат	0,89
Нормований R-квадрат	0,88
Стандартна похибка	82,99
Спостереження	8

Джерело: розроблено автором.

Таблиця 8

**Дисперсійний аналіз для лінійної моделі залежності реалізованої продукції від капіталовкладень**

Показник	df	SS	MS	F-критерій Фішера	Значущість F
Регресія	1	350329,14	350329,14	50,86	0,0004
Залишок	6	41325,30	6887,55		
Всього	7	391654,44			

Джерело: розроблено автором.

Таблиця 9

**Результати побудови лінійної моделі залежності реалізованої продукції від капіталовкладень**

Параметр	Коефіцієнти	Стандарт-на похибка	t-статистика	P-значення	Нижні 95%	Верхні 95%	Нижні 95,0%	Верхні 95,0%
Y-перетин	-63,97	81,24	-0,79	0,46	-262,77	134,83	-262,77	134,83
Змінна $X_1$	1080,63	151,52	7,13	0,00	709,87	1451,39	709,87	1451,39

Джерело: розроблено автором.

Отримані результати свідчать про дуже високий статистичний зв'язок результативного показника та впливової змінної, що виражається у високому значенні коефіцієнта кореляції – 0,95 та коефіцієнта детермінації – 0,89. Аналіз значущості фактора окремо за критерієм Ст'юдента (T-Statistic та P-значення у таблиці) свідчить про статистичну значущість змінної  $X_1$ : при рівні  $t_{\text{табл}}=2,36$  зберігається рівність  $t_{\text{факт}} > t_{\text{табл}}$ . Статистичну достовірність моделі підтверджує фактичний коефіцієнт  $F_{\text{факт}}=50,86$ , що більше  $F_{\text{табл}}=6,61$ .

З рівняння (2) можна зробити висновки про позитивний вплив збільшення капіталовкладень в туризм на збільшення обсягу реалізованої продукції сфери туризму та гостинності. Аналіз коефіцієнтів еластичності свідчить про те, що збільшення інвестицій на 1 дол. США приводить до збільшення реалізованої продукції галузі на 1080,63 дол. США.

**Висновки.** Проведений кореляційний аналіз залежності обсягу реалізованої продукції та чинників розвитку сфери туризму й гостинності дав змогу відібрати найбільш значущі з них та згрупувати їх у такі групи: соціально-економічне становище населення, ефективність державного управління, політичні чинники, розвиток транспортної інфраструктури, інвестиційно-фінансове забезпечення розвитку галузі, інфляційні процеси, інтеграція країни у світове господарство. Подальше проведення кореляційно-регресійного аналізу з ймовірністю 95% дало можливість отримати регресійну модель залежності реалізованої продукції галузі від капіталовкладень в галузь, що підтверджує та актуалізує необхідність фінансової підтримки галузі з використанням різних джерел фінансування. Інвестиційна політика в галузі туризму та гостинності України має бути збалансованою і спрямованою на гармонійне доповнення внутрішніх інвестицій зовнішніми, де визначальним фактором будуть національні інтереси держави, її інноваційний розвиток.

Результати цього дослідження можуть бути використані при формуванні макроекономічних програм розвитку підприємництва в туризмі та гостинності на національному рівні для врахування ключових впливових чинників.

**Перспективи подальших досліджень.** Напрямами подальших наукових розробок у цій сфері можуть бути дослідження щодо подальшого врахування впливу чинників, в тому числі внутрішніх, на розвиток підприємництва в сфері туризму та гостинності.

### Література

1. Vellas, F. (2011). *The indirect impact of tourism: an economic analysis*. Toulouse University. TED AFL. Third Meeting of T20 Tourism Ministers Paris, France, 25 October 2011. [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/111020-rapport\\_vellas\\_en.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/111020-rapport_vellas_en.pdf).
2. Balaguer, J., Cantavella-Jorda, M. (2002). *Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case*. *Applied Economics*, V. 34, Is. 7, pp. 877-884. DOI: 10.1080/00036840110058923.
3. Chan, F., Lim, C., McAleer, M. (2005) *Modelling multivariate international tourism demand and volatility*. *Tourism Management*, V. 26, Is. 3, pp. 459-471. DOI: 10.1016/j.tourman.2004.02.013.

4. Gupta, M.R., Dutta, P.B. (2018). *Tourism development, environmental pollution and economic growth: A theoretical analysis*. *Journal Of International Trade & Economic Development*, V. 27, Is. 2, pp. 125-144. DOI: 10.1080/09638199.2017.1346139.
5. Nepal, R.; al Irsyad, M. I.; Nepal, S. K. (2019). *Tourist arrivals, energy consumption and pollutant emissions in a developing economy-implications for sustainable tourism*. *Tourism Management*, V. 72, pp.: 145-154.
6. LV, Z., XU, T. (2016), *A Panel Data Quantile Regression Analysis of the Impact of Corruption on Tourism*. *Current Issues in Tourism*, July, 1-14.
7. Шаекина Ж. М., Тлеубердинова А. Т., Муканова Д. К. Корреляционно-регрессионный анализ зависимости развития туризма от уровня социально-экономического развития Карагандинской области. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 12. С. 439–448. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape\\_2016\\_12\\_48](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2016_12_48).
8. Marakova, V., Dyr, T., Wolak-Tuzimek, A. (2016). *Factors of tourism's competitiveness in the European Union countries*. *E & M Ekonomie A Management*, V. 19, Is. 3, pp. 92-109. DOI: 10.15240/tul/001/2016-3-007.
9. Bernini, C, Guizzardi, A. (2010). *Internal and Locational Factors Affecting Hotel Industry Efficiency: Evidence from Italian Business Corporations*. *Tourism Economics*, V. 16, Issue 4. pp. 768–787. <https://doi.org/10.5367/te.2010.0008>. [in English].
10. Berbel-Pineda, J. M.; Palacios-Florencio, B.; Ramírez-Hurtado, J. M. (2016) *Determining factors in the internationalization of hotel industry: An analysis based on export performance*. *Tourism Economics*, V. 23, Is. 4. pp. 883–913. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.5367/te.2016.0559>. [in English].
11. Цехла С. Ю. Систематизация факторов развития туристской индустрии. *Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління*. 2009. Т. 22 (61), № 2. С. 373–380. URL: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/cjohla.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/cjohla.htm).
12. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. *Основи туристичного бізнесу: навч. посіб.* – К. : Центр навчальної літератури, 2004. 272 с.
13. Ємець М. С. Побудова економіко-математичної моделі впливу інтеграційних процесів на розвиток міжнародного туризму в Україні. *Бізнес Інформ*. 2013. № 12. С. 119–123. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2013\\_12\\_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2013_12_22).
14. Рибчук А. В., Квасній О. Р. Оцінка впливу чинників зовнішнього середовища на розвиток суб'єктів підприємницької діяльності сфери готельного бізнесу України. *International Journal of Innovative Technologies in Economy*. 2017. № 1(7). С. 109–114. URL: <http://archive.ws-conference.com/wp-content/uploads/IJITE0022.pdf>.
15. *Державний комітет статистики України*. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.
16. *TheGlobalEconomy.com*. URL: <https://www.theglobaleconomy.com/>.
17. *World Economic Forum, Executive Opinion Survey*. URL: <https://www.weforum.org>.

---

**References**

1. Vellas, F. (2011). The indirect impact of tourism: an economic analysis. Toulouse University. <http://cf.cdn.unwto.org>. Retrieved from [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/111020-rapport\\_vellas\\_en.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/111020-rapport_vellas_en.pdf).
2. Balaguer, J., & Cantavella-Jorda, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case. *Applied Economics*, 34(7), 877-884.
3. Chan, F., Lim, C., & McAleer, M. (2005). Modelling multivariate international tourism demand and volatility. *Tourism Management*, 26(3), 459-471.
4. Gupta, M.R., & Dutta, P.B. (2018) Tourism development, environmental pollution and economic growth: A theoretical analysis. *Journal Of International Trade & Economic Development*, 27(2), 125-144.
5. Nepal, R., al Irsyad, M.I., & Nepal, S.K. (2019). Tourist arrivals, energy consumption and pollutant emissions in a developing economy-implications for sustainable tourism. *Tourism Management*, 72, 145-154.
6. Lv, Z., & Xu, T. (2016). A Panel Data Quantile Regression Analysis of the Impact of Corruption on Tourism. *Current Issues in Tourism*, July, 1-14.
7. Shaekina Zh.M., Tleuberdinova A.T., & Mukanova D.K. (2016). Korreliatsionno-regressionnyy analiz zavisimosti razvitiia turizma ot urovnia sotsialno-ekonomicheskogo razvitiia Karagandinskoi oblasti [Correlation and regression analysis of the dependence of tourism on the socio-economic development of Karaganda region]. *Aktualni problemi ekonomyky – Actual Problems Economics* 6 12, 439-448. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape\\_2016\\_12\\_48](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2016_12_48) [in Russian].
8. Marakova, V., Dyr, T., & Wolak-Tuzimek, A. (2016). Factors of tourism's competitiveness in the European Union countries. *E & M Ekonomie A Management*, 19(3), 92-109.
9. Bernini, C., & Guizzardi, A. (2010). Internal and Locational Factors Affecting Hotel Industry Efficiency: Evidence from Italian Business Corporations. *Tourism Economics*, 16(4), 768-787. Retrieved from <https://doi.org/10.5367/te.2010.0008>.
10. Berbel-Pineda, J.M., & Palacios-Florencio, B., & Ramírez-Hurtado, J.M. (2016). Determining factors in the internationalization of hotel industry: An analysis based on export performance. *Tourism Economics*, 23(4), 883-913. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.5367/te.2016.0559>.
11. Tsehla S.Yu. Sistematizatsiya faktorov razvitiya turistskoy industrii [Systematization of factors affecting the development of tourist industry]. *Vcheni zapysky TNU. Seriya: Ekonomika ta upravlenye – Scientific Notes of Tavrida National V.I. Vernadsky University. Series: Economics and Management*, 22(61), 2, 373-380 [in Russian].
12. Malska, M.P., Khudo, V.V., & Tsybukh, V.I. (2004). *Osnovy turystychnoho biznesu [Basics of tourism business]*. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury [in Ukrainian].
13. Yemets, M.S. (2013). Pobudova ekonomiko-matematychnoi modeli vplyvu intehratsiinykh protsesiv na rozvytok mizhnarodnoho turyzmu v Ukraini [Construction of the economic-mathematical model of the influence of integration processes on the development of international tourism in Ukraine]. *Biznes Inform – Business Inform*, 12, 119-123. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2013\\_12\\_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2013_12_22). [in Ukrainian].

14. Rybchuk, A.V., & Kvasniy, O.R. (2017). Otsinka vplyvu chynnykiv zovshshnoho seredovyshcha na rozvytok subiektiv pidpriemnytskoi diialnosti sfery hotelnoho biznesu Ukrainy [Assessment of the influence of external factors on the development of business entities in Ukraine's hotel industry]. *International Journal of Innovative Technologies in Economy*, 1(7), 109-114. Retrieved from <http://archive.ws-conference.com/wp-content/uploads/IJITE0022.pdf>. [in Ukrainian].
15. Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy [State Statistics Committee of Ukraine]. [ukrstat.gov.ua](http://ukrstat.gov.ua). Retrieved from <http://ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
16. The Global Economy. [theglobaleconomy.com](http://theglobaleconomy.com). Retrieved from <https://www.theglobaleconomy.com>.
17. World Economic Forum. Executive Opinion Survey. Retrieved from <https://www.weforum.org>.

Редакція отримала матеріал 12 березня 2019 р.