

МИЛАШКО О.Г.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

ОСНОВИ КОМПЛЕКСНОГО ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Важливим напрямком наукового дослідження сфери туризму є вимірювання взаємозв'язків між явищами та процесами в даній галузі діяльності. Управління туризмом, прогнозування основних тенденцій його розвитку неможливі без вивчення напрямку, характеру, тісноти зв'язків.

Закономірності, які характеризуються взаємозв'язками між ознаками, можуть проявлятися в різних формах. Важливою формою зв'язку в економіці, в туризмі є кореляційний зв'язок, при якому зміна випадкової величини пов'язана зі зміною середнього значення іншої. Кореляційний зв'язок є неповним, тому що залежність між факторною і результативною ознаками в кожній ситуації перебуває під впливом інших факторів.

Якщо зі зміною однієї ознаки інша змінюється чітко в певний спосіб, тобто кожному значенню факторної ознаки відповідає точно задане значення результативної, то такий зв'язок є функціональним. Одним з методів дослідження такої залежності є індексний метод [1, 2, 3].

Кожен з методів аналізу факторів має як переваги, так і недоліки, певні обмеження. Подолати обмеження та здійснити комплексне дослідження факторів діяльності підприємств сфери туризму можна шляхом об'єднання методів та їх комплексного використання. Методологічний підхід до здійснення комплексного індексного та регресійного аналізу описаний у роботах И. И. Елисейевой, М. М. Юзбашева [3, с.568-585].

Першим етапом комплексного дослідження є індексний факторний аналіз. Складається мультиплікативна індексна модель, у якій результативний показник являє собою добуток факторів-множників. Правильний відбір факторів є основою об'єктивного аналізу їх впливу на результативний показник. Класична індексна мультиплікативна модель має задовольняти таким основним вимогам: добуток будь-яких сусідніх двох факторів повинен представляти собою новий, більш складний фактор, який має реальний економічний зміст; знаменник попереднього фактора є чисельником наступного, тобто важливою є послідовність розташування чинників. За такими умовами різниця між чисельником і знаменником кожного з факторних індексів характеризує абсолютний вплив індексованої величини на зміну результативного показника. Відношення факторного абсолютного приросту до базисного рівня результативного показника відображає відносний вплив відповідного чинника.

Важливим показником результатів діяльності підприємств готельного господарства є вартість перебування в них. Відповідно комплексному підходу пошук резервів підвищення даної характеристики діяльності слід починати з побудови мультиплікативної моделі вартості перебування. Заявленим вище

умовам відповідає індексна модель, факторами якої є середня ціна одноденного перебування, середня тривалість перебування одного розміщеного та кількість розміщених. Це первинні фактори, які безпосередньо впливають на зміну вартості перебування.

Наступним етапом дослідження є побудова і аналіз регресійної моделі. На показники діяльності підприємства чинники, зв'язки з якими кореляційні, діють не безпосередньо, а опосередковано, через фактори-співмножники індексної моделі. Отже, стоїть задача за допомогою якісного та кількісного аналізу виявити фактори регресійних моделей. У нашому випадку таких рівнянь має бути три. Результативними показниками в них є відповідно: ціна одноденного перебування, середня тривалість перебування одного розміщеного, кількість розміщених.

Якщо в якості результативного показника регресійної моделі виступає ціна одноденного перебування, факторами її можуть бути: темпи зростання ВВП; темпи зростання цін на підприємствах - конкурентах; введення в експлуатацію нових готелів; введення в експлуатацію інших засобів розміщування, наприклад, у приватному секторі, хостелів; близькість до центру міста або до рекреаційної зони; наявність додаткових послуг та інші фактори.

Важливим фактором моделі середньої тривалості перебування є безумовно система знижок у залежності від кількості днів відпочинку в закладі розміщування. Кількісним вираженням цього фактору можуть стати, наприклад, щоденні темпи зниження цін.

Отже, використання тільки індексного факторного аналізу на підприємствах сфери туризму, в тому числі, на підприємствах розміщування, є недостатнім для пояснення динаміки результатів діяльності. Більш глибокі причини, які впливають на результат, можна дослідити на основі регресійно-кореляційного аналізу. Фактори-множники індексної моделі у рівнянні регресії виступають в якості результативних показників. Правильний відбір факторів регресійної моделі дозволить виявити глибокі зв'язки між причинами та наслідками і, таким чином, впливати на результати діяльності підприємств сфери туризму.

Література

1. Янковий О. Г. Детерміновані моделі факторного економічного аналізу / Методологія статистичного забезпечення розвитку регіону : монографія // За заг. ред. А. З. Підгорного. – Одеса : Атлант, 2012. – С. 125-143.
2. Підгорний А. З. Статистика туризму : навчальний посібник / А. З. Підгорний, О. Г. Милашко. – Одеса : ОНЕУ, 2014 р. – 204 с.
3. Семенова К. Д. Проблеми індексного аналізу економічних показників / К. Д. Семенова // Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. пр. / голов. ред. М. І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун-т. – Одеса, 2009. – Вип. 35. – С. 453-457.
4. Елисеєва І. І. Общая теория статистики / І. І. Елисеєва, М. М. Юзбашев. – Москва: Финансы и статистика, 2005 г. – 657 с.