

УДК 338.22

Джинджоян Володимир Вергарович

Кандидат економічних наук, доцент,

завідувач кафедри економіки та менеджменту туристичної діяльності,

ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет»

ORCID ID: 0000-0003-0296-4092

РОЗРОБКА МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ ФУНКЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Анотація. В статті розроблено економетричну модель, що на відміну від наявних інструментів дозволяє нівелювати недоліки суб'єктивності та односторонньої направленості існуючих економетричних моделей за рахунок синтезу якісних та кількісних елементів, та надає можливість вироблення інструментів, механізмів, підходів до підвищення мотивації бізнесу до реалізації соціально відповідальних стратегій розвитку серед підприємств туристичної галузі України. Проаналізовано яким чином підприємства туристичної галузі України реалізують соціальні функції як екстернальний ефект від основної діяльності. Зазначено, що підприємства туристичної галузі серед сфер, які мають позитивний вплив на соціальну сферу реалізують лише невелику кількість опцій з наявних. Доведено, що підприємства сприймають соціальну парадигму в цілому та виконання своїх соціальних функцій зокрема не досить позитивно. Деякі підприємства, реалізують свої соціальні функції усвідомлено формуючи певну політику або заходи, однак більша частина не сприймає соціальну парадигму як важливий інструмент для розвитку не тільки власного бізнесу, а й покращення соціально-економічного стану національної економіки в цілому.

Ключеві слова: туристичні підприємства, економетрична модель, соціальна функція, оцінки ефективності реалізації.

I. Вступ. Трансформаційні процеси в сфері економіки підприємств, що відбуваються з періоду становлення незалежності України, привернули увагу громадськості до підприємництва як джерела розвитку економічної та соціальної сфери суспільства. В новітніх реаліях України розвиток інституту соціальної направленості бізнесу відбувається різними, але всюди недостатніми темпами. Значна частина підприємств не тільки не вважають за доцільне брати участь у вирішенні важливих соціальних проблем, але і не проводять необхідні заходи щодо забезпеченню сприятливих умов праці для своїх працівників та забезпечення їм мінімальних соціальних гарантій. Це призводить до зростання захворюваності, підвищенню виробничого травматизму зниження продуктивності праці, і в цілому обмежує якість життя населення території і темпи економічного зростання в регіоні. Певна кількість підприємств декларують виконання своїх соціальних функцій, більш того, деякі з них звітують про значні успіхи щодо виконання своїх соціальних функцій потребуючи податкових пільг Туристичні підприємства України це одна з категорій підприємств, які більше за інших здатні впливати на соціальну сферу, однак на сьогодні не ясно, які саме підприємства насправді реалізують свої соціальні функції допомагаючи покращити певні аспекти соціальної сфери. У зв'язку з цим потрібно усвідомлення на новому якісному рівні, як з позиції господарюючих суб'єктів, так і органів влади конкретної території, які підприємства можна вважати, що вони виконують свої соціальні функції, а які тільки декларують їх виконання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій дозволив встановити, що сучасні дослідники роблять численні спроби для розробки методики оцінки ефективності реалізації соціальних функцій на підприємствах туристичної галузі України (Н. Вачев [1], Durdana [2], S. Vitik [3], А. Азарова [4], О. Вівчар [5], Ю. Жалін [7], М. Люльков [8], О. Сазонець [9], Л. Соколова [10], М. Тюріна [11],

I. Чайковська [12] т. ін.). Однак, на сьогодні не існує методик, які б надали змогу обчислити ефективність реалізації соціальних функцій підприємств у цілому та підприємств туристичної галузі України зокрема.

II. Постановка завдання. Метою статті є спроба розробити наукову методику оцінки ефективності реалізації соціальних функцій на підприємствах туристичної галузі України. Теоретичним підґрунтям у процесі підготовки статті стали наукові праці українських та зарубіжних вчених, законодавство України. Під час роботи над статтею були використані загальнонаукові і спеціальні методи дослідження: статистичного, кластерного аналізу – в процесі аналізу сучасних туристичних підприємств України за підходами до реалізації соціальних функцій та впливу внутрішніх соціальних програм туристичних підприємств на показники їх діяльності.

III. Результати. Значна кількість підприємств витрачає фінансові ресурси на реалізацію своєї соціальної функції проте результативність таких дій невідома, так як розраховується на рівні здогадок на думок керівників підприємств. На сьогодні не існує методик, які б надали змогу обчислити ефективність реалізації соціальних функцій підприємств у цілому та підприємств туристичної галузі України зокрема. Вище наведені факти дають змогу стверджувати, що на сьогодні існує нагальна потреба проведення додаткових досліджень з метою пошуку нових рішень в області розробки методики оцінки ефективності реалізації соціальних функцій на підприємствах туристичної галузі України, що надасть можливість подальшого вироблення інструментів, механізмів, підходів до підвищення мотивації бізнесу до реалізації соціально відповідальних стратегій розвитку, що актуалізує тему дослідження [8, 10].

Існуючі методики оцінки ефективності реалізації соціальних функцій на підприємствах туристичної галузі України зводяться до певного переліку широко використовуваних інструментів, які використовуються, ще з часів Радянського Союзу. Так наприклад, один з поширених показників, що на нашу думку не відображає значної кількості аспектів виконання підприємством своїх соціальних функцій та має внутрішню направленість є кількість приписів

уповноважених органів у зв'язку з недотриманням норм чинного законодавства про працю (Кпр) розраховується шляхом підсумовування кількості приписів уповноважених контролюючих органів. Сума штрафних санкцій, накладених на підприємство за недотримання умов чинного законодавства про працю в розрахунку на одного працівника. Так на багатьох підприємствах туристичної галузі в Україні цей показник використовуються не тільки як показник виконання підприємством своїх соціальних функцій, але залежно від ситуації як показник корпоративної соціальної відповідальності або соціальних інвестицій, хоча зміст даного показника є доволі простим і його застосування є не актуальним [4, 7, 12]. На сьогодні підприємства в цілому застосовують інструментарій, що використовується більш ніж 30 років, та не задовольняє потреби в новітніх умовах ринкової економіки. В цілому характеристика кількісних методів оцінки ефективності реалізації соціальних функцій на підприємствах туристичної галузі України представлена в табл.1.

Таблиця 1.

Характеристика кількісних методів оцінки ефективності реалізації соціальних функцій на підприємствах туристичної галузі України [5, 10, 12]

Кількість приписів уповноважених органів у зв'язку з недотриманням норм чинного законодавства про працю (Кпр) розраховується шляхом підсумовування кількості приписів уповноважених контролюючих органів. Сума штрафних санкцій, накладених на підприємство за недотримання умов чинного законодавства про працю в розрахунку на одного працівника (Dсан):	$D_{сан} = C_{штр} / Ч_i$, де $C_{штр}$ – сума штрафів накладених на і-ту корпорацію за недотримання норм чинного законодавства про працю, грн.; $Ч_i$ – середня чисельність працівників і-тої корпорації, осіб.
Частка працівників, які пройшли впродовж останніх трьох років підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації за кошти корпорації в середній чисельності працівників, (Dпк), %	$D_{пк} = Ч_{пк} / Ч_i * 100\%$ де $Ч_{пк}$ – чисельність працівників, що пройшли підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації впродовж останніх трьох років коштом корпорації, осіб. $Ч_i$ – середня чисельність працівників і-тої корпорації, осіб.
Коефіцієнт плинності кадрів ($K_{пл}$), %:	$K_{пл} = ПЛ / Ч_i * 100\%$ де ПЛ – чисельність працівників, звільнених за власним бажанням та у зв'язку з порушенням трудової дисципліни, осіб.
Частка звільнених протягом досліджуваного	$K_{звр} = Ч_{зві} / Ч_i * 100\%$

періоду з ініціативи роботодавця в загальній чисельності працівників($K_{звр}$),%:	де Чзві чисельність звільнених працівників з ініціативи виконавчого органу корпорації, осіб.
Витрати на покращення умов праці в розрахунку на одного працівника корпорації (Дупр), грн.:	$Дупр = C_{іупр} / Чі$ де $C_{іупр}$ – соціальні інвестиції корпорації, спрямовані на заходи з покращення умов праці, грн
Частка витрат на оплату праці в собівартості реалізованої продукції, %:	$Доп = ВОП / СВ * 100\%$ де ВОП – витрати на оплату праці, грн; СВ – собівартість реалізованої продукції корпорації, грн.
Питома вага премій, заохочувальних та компенсаційних виплат у фонді оплати праці (в розрахунку на одного працівника) ($D_{заох}$),%:	$D_{заох} = K_{заох} / ФОП_{пр} * 100\%$ де $K_{заох}$ - сума коштів, спрямованих на виплату премій, заохочувальних та компенсаційних виплат в розрахунку на одного працівника (загальна сума коштів такого роду поділена на середньоспискову чисельність працівників корпорації), грн; ФОП _{пр} – середній фонд оплати праці працівника корпорації, грн.
Частка заробітної плати, що виплачувалась з затримкою, в середньомісячній заробітній платі працівників ($D_{зат}$), %	$D_{зат} = ЗП_{заті} / ЗП_{заг} * 100\%$ де $ЗП_{заг}$ – загальна сума заробітної плати, що була виплачена впродовж досліджуваного періоду, грн; $ЗП_{заті}$ - сума заробітної плати, що виплачувалась з затримкою більше ніж в 10 днів, грн.

Як свідчить характеристика кількісних методів оцінки ефективності реалізації соціальних функцій на підприємствах туристичної галузі України на сьогодні інструменти, які застосовуються мають виключно внутрішній характер та не враховують вплив на соціальну сферу. Таким на сьогодні не існує жодної методики, яка б враховувала екстернальні ефекти від основної діяльності туристичних підприємств на соціальну сферу [8].

На відміну від наявних фрагментарних інструментів, нами запропоновано економетричну модель оцінки ефективності реалізації соціальних функцій на підприємствах туристичної галузі України яка акцентує увагу на концепції комплексної структури оцінки, що містить як функціональні кількісні критерії так і якісні суб'єктивні оцінки, дозволяє нівелювати недоліки суб'єктивності та односторонньої направленості існуючих економетричних моделей за рахунок синтезу якісних та кількісних елементів [11]. Вище зазначене дозволяє об'єктивно оцінити ефективність реалізації соціальних функцій на підприємствах туристичної галузі України як с позицій внутрішніх інтересів

підприємства так і врахувати екстернальні ефекти від основної діяльності. Загалом зміст авторської економетричної моделі представлено у формулі (1).

$$R = \sum_{i=1}^n x_i \frac{Q^b}{Q^t} \cdot \gamma_x - \frac{45C}{(d^2(m^3 - m))} \quad (1)$$

R- інтегральний показник ефективності об'єкта;

Q^b, Q^t - величина показника за індикатором, в аналізованому й базовому періодах;

N- значення вибірки;

$\gamma_1, \gamma_2, \gamma_3, \gamma_x$ - коефіцієнти вагомості показників, що розраховують, за результатом експертної оцінки ($\sum \gamma_i = 1$);

C- квадратів відхилень суми рангів кожного об'єкта експертизи від середнього арифметичного рангів;

d - число експертів;

m - число об'єктів експертизи.

При розрахунку авторської економетричної моделі на першому етапі обираються показники, що будуть слугувати віддзеркаленням основних проблем, які потребують моніторингу. Показники, що будуть відібрані для розрахунку економетричної моделі відображають блок кількісної оцінки ефективності реалізації соціальних функцій на підприємствах туристичної галузі України. На другому етапі з числа зовнішнього середовища обираються експерти, що за обраним авторськими показниками визначають вагомість обраних показників авторської економетричної моделі та виражатимуть суб'єктивну думку про рівень ефективності реалізації соціальних функцій на кожному аналізованому підприємстві. Такий підхід дає змогу з одного боку врахувати внутрішню звітність підприємства відносно ефективності реалізації соціальних функцій на підприємствах туристичної галузі України, а з іншого врахувати екстернальні ефекти від основної діяльності відносно аналізованого підприємства так як не завжди підприємства, з гарними кількісними показниками мають високий рівень ефективності реалізації соціальних функцій. Для корегування авторської економетричної моделі згідно наукового завдання, на основі систематизації існуючих підходів динамічного

моделювання, нами запропоновано наступні критерії оцінки, які на нашу думку відображають на відміну від існуючих враховують весь спектр екстернальних ефектів від основної діяльності підприємства, та дають змогу оцінити ефективність реалізації соціальних функцій на підприємствах туристичної галузі України: кількість наданих послуг освітнього туризму; кількість наданих послуг медичного туризму; кількість наданих послуг ділового туризму; кількість наданих послуг туризму для інвалідів [2, 3]. На основі запропонованих критеріїв моделі оцінки ефективності реалізації соціальних функцій на підприємствах туристичної галузі України розроблено кінцевий її варіант, що представлено в формулі 2.

$$R_p = \sum \left(\begin{array}{l} \frac{(a)^b}{(a)^t} \cdot \gamma_1 \\ + \frac{(b)^b}{(b)^t} \cdot \gamma_2 \\ + \frac{(c)^t}{(c)^b} \cdot \gamma_3 \\ + \frac{(d)^t}{(d)^b} \cdot \gamma_4 \\ + \frac{(e)^t}{(e)^b} \cdot \gamma_5 \end{array} \right) - \frac{45C}{(d^2(m^3-m))} \quad (2)$$

де,

R_p - Інтегральний рівень ефективності реалізації соціальних функцій на підприємстві туристичної галузі України

$\frac{(a)^b}{a^t}$ - кількість наданих послуг освітнього туризму в базовому й аналізованому періодах;

$\frac{(b)^b}{(b)^t}$ - кількість наданих послуг медичного туризму, в базовому й аналізованому періодах;

$\frac{(c)^t}{(c)^b}$ кількість наданих послуг ділового туризму, в базовому й аналізованому періодах;

$\frac{(d)^t}{(d)^b}$ - кількість наданих послуг туризму для інвалідів в базовому й

аналізованому періодах;

$\frac{(e)^t}{(e)^b}$ - загальна вартість заходів внутрішнього соціального пакету в

базовому й аналізованому періодах;

$\frac{45C}{(d^2(m^3-m))}$ - коефіцієнт конкордації.

$\gamma_1, \gamma_2, \gamma_3, \gamma_4, \gamma_5, \gamma_6, \gamma_7$ - коефіцієнти вагомості показників, що розраховують, за результатом експертної оцінки ($\sum \gamma_i = 1$).

Таким чином, на відміну від наявних, нами запропоновано економетричну модель оцінки ефективності реалізації соціальних функцій на підприємстві яка концентрує увагу на концепції структури оцінки, що містить як кількісні критерії так і якісні суб'єктивні дані, дозволяє нівелювати недоліки суб'єктивності та односторонньої направленості існуючих економетричних моделей за рахунок синтезу якісних та кількісних елементів. Вище зазначене дозволяє об'єктивно оцінити ефективність реалізації соціальних функцій на підприємствах туристичної галузі України як с позицій внутрішніх інтересів підприємства так і врахувати екстернальні ефекти від основної діяльності.

Так авторська економетрична модель містить наступні елементи. По-перше, це розрахунок коефіцієнту конкордації, що є мірою узгодженості думок експертів:

$$\frac{45S}{(n^2(m^3-m))} \quad (3)$$

де,

N- значення вибірки

X,Y,- аналізовані змінні

$\sum_{i=1}^n x_i$ - сумарна кількість значень ознаки n - кількість всіх значень ознаки;

S - квадратів відхилень суми рангів кожного об'єкта експертизи від середнього арифметичного рангів;

n - число експертів;

m - число об'єктів експертизи.

Залежно від ступеня узгодженості думок експертів коефіцієнт конкордації може приймати значення від 0 (при відсутності узгодженості) до 1 (при повному однакості). По-друге, це розрахунок інтегрального показника, де при $R \leq 1$ реалізація соціальних функцій на підприємстві туристичної галузі України в більшій мірі ефективна для підприємства проте екстернальні ефекти від основної діяльності не реалізуються. При $R \leq -1$ – реалізація соціальних функцій на підприємстві туристичної галузі України в більшій мірі не ефективна для підприємства проте екстернальні ефекти від основної діяльності успішно реалізуються. Граничні значення визначають ту грань, перехід за яку означає настання стану де рівень реалізації соціальних функцій на підприємстві потребує корегування, так як через низькі внутрішні характеристики ведення бізнесу чи екстернальні ефекти від основної діяльності вважаються незадовільними. Загалом зміст діапазону коефіцієнтів ефективності реалізації соціальних функцій на підприємстві представлено в табл. 2.

Таблиця 2

Зміст діапазону коефіцієнтів ефективності реалізації соціальних функцій на підприємстві [розроблено автором]

Інтервал значень	Зміст коефіцієнтів ефективності реалізації соціальних функцій на підприємстві
«-0,6»-«-1»	Система реалізації соціальних функцій на підприємстві відсутня, необхідно створення такої системи
«0»-«-0,3»	Система реалізації соціальних функцій на підприємстві відсутня, екстернальні ефекти від основної діяльності частково реалізуються. Система реалізації соціальних функцій на підприємстві потребує перегляду та заміни.
0,3-«-0,3»	Система реалізації соціальних функцій підприємстві частково реалізуються, екстернальні ефекти від основної діяльності частково реалізуються. Система реалізації соціальних функцій потребує посилення уваги над функціональними процесами, прийняття рішень на рівні керівництва.

0-0,3	Система реалізації соціальних функцій на підприємстві частково реалізуються, екстернальні ефекти від основної діяльності повністю реалізуються. Система реалізації соціальних функцій потребує перегляду та заміни
0,3-0,6	Система реалізації соціальних функцій на підприємстві ефективна для підприємства, екстернальні ефекти від основної діяльності повністю реалізуються, проте вплив на соціальну сферу є незначним. Система реалізації соціальних функцій. Система реалізації соціальних функцій потребує перегляду та заміни.
0,6-1	Система реалізації соціальних функцій на підприємстві ефективна для підприємства, екстернальні ефекти від основної діяльності повністю реалізуються, вплив на соціальну сферу є значним Система реалізації соціальних функцій не потребує посилення уваги над функціональними процесами.

Не дивлячись на високий рівень новизни та унікальності авторської економетричної моделі без її подальшої апробації не можна стверджувати про її об'єктивність та практичну цінність. Тому на наступному етапі нашого дослідження для апробації авторської моделі нами було проведено процедуру апробації з метою визначення реального поширення соціальної парадигми серед підприємств туристичної галузі України.

Незважаючи на значний інтерес, що проявляється в науковій літературі до реалізації соціальної парадигми в економіці України, практичні аспекти поведінки підприємств в процесі реалізації своїх соціальних функцій залишаються недостатньо дослідженими як з теоретичної так із практичної сторони. Для виявлення реального поширення соціальної парадигми серед підприємств туристичної галузі України на основі державного реєстру підприємств України нами було запропоновано підприємствам зі відповідним кодом виду економічної діяльності пройти участь у авторському дослідження та надати певну статистичну звітність [6], яка не представляє порушення підприємницької таємниці, проте надає змогу розрахувати авторську економетричну модель та виявити реальний стан реалізації соціальної парадигми серед аналізованих підприємств України. Так згідно державного реєстру назва видів економічної діяльності та пояснення до них, нами було обрано розділ 79 «Діяльність туристичних агентств, туристичних операторів,

надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльністю». За допомогою безкоштовного пошуку відомостей у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань відповідно до статті 11 Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» на ми було розіслано листа до підприємств з відповідним запитом щодо участі у дослідженні, так як у публічних відомостях про підприємство обов'язково значиться електронна адреса підприємства. Серед підприємств з відповідним КВЕД відгукнулось лише дві сотні підприємств, а серед них достатню кількість інформації надіслали лише 42 підприємства туристичної галузі України, що і стали предметом апробації авторської економетричної моделі. Слід зауважити, що серед підприємств, які взяли участь у дослідженні та погодились надати інформацію в необхідних для проведення авторського дослідження значна кількість великих туристичних операторів, що авжеж впливає на репрезентативність вибірки.

Так на першому етапі апробації авторської економетричної моделі було розраховано вагові коефіцієнти. Слід відзначити, що при розрахунку вагових коефіцієнтів зазвичай використовуються такий метод оцінки як анкетування. На основі розробленої анкети нами було запропоновано керівникам департаментів аналізованих підприємств оцінити важливість тих чи інших факторів системи реалізації соціальних функцій на підприємстві. В розрахунку рівня узгодженості оцінок експертів за коефіцієнтом конкордації в опитуванні взяли участь 42 експерти, це керівники департаментів чи відповідальні у своєму підприємстві за проблематику реалізації соціальних функцій на підприємстві. Для оцінки узгодженості оцінок експертів було застосовано коефіцієнт конкордації. Рамках такого методу, оцінка кожного експерта представляється як точка в деякому просторі, в якому введено поняття відстані. Якщо оцінки експертів знаходяться на невеликій відстані один від одного, то можна це інтерпретувати як добру узгодженість суджень експертів. Якщо ж точки розкидані в просторі на великій відстані, то узгодженість - невисока. При

використанні кількісних шкал вимірювання та оцінки об'єкта всього за одним критерієм думки групи експертів можна представити як точки числової осі.

Ці значення можна розглядати як реалізації випадкової величини. Тоді центр угруповання точок можна розглядати як математичне сподівання, а розкид кількісно оцінюється дисперсією випадкової величини. При вимірюванні об'єктів за порядковою шкалою узгодженість оцінок експертів у вигляді ранжировок або парних порівнянь об'єктів також ґрунтується на понятті компактності. Для цього зазвичай використовується міра узгодженості думок експертів - дисперсійний коефіцієнт конкордації (коефіцієнт згоди) [1, 5, 12]. З цією метою було проведено контрольні вимірювання з математичною обробкою їх результатів за мірою узгодженості думок експертів за коефіцієнтом конкордації. Результати обробки подано в табл. 3.

Таблиця 3.

Характерника узгодженості оцінок експертів за коефіцієнтом конкордації

Фактор	\sum_k^i	Відхилення від середньо арифметичного	Квадрат відхилення від середньо арифметичного
Аккорд-тур	84	5	0,059524
Join UP	83	7	0,084337
Апех Тур	89	9	0,101124
TEZ Tour	78	7	0,089744
ТПГ (TPG)	94	7	0,074468
Coral Travel	101	7	0,069307
TUI Ukraine	90	9	0,1
Pegas Touristik	117	7,5	0,064103
Алголь	127	8	0,062992
Роза вітрів	91	12	0,131868
Танго Тревел	92	8	0,086957
Mouzenidis Travel	119	12	0,10084
Наталі Турс	121	9	0,07438
Інкомартур	111	7,5	0,067568
Сакумс	96	8	0,083333
САМ	97	12	0,123711
Сієста (Siesta)	87	8	0,091954
1000 Доріг	99	12	0,121212
Oasis Travel Ukraine	102	9	0,088235
Пан Укрейн	104	7,5	0,072115
ЛюбоСвіт	105	8	0,07619
Міст Тур	98	12	0,122449
ТК-Велт (Велт)	88	8	0,090909

Феєрія (Feerie)	87	12	0,137931
Єременко і партнери	99	9	0,090909
GTO Travel	101	7,5	0,074257
CITA (Сита)	115	8	0,069565
Альянс	121	12	0,099174
Іспатур	109	8	0,073394
Діліжанс трепел	98	12	0,122449
Impala Travel	90	9	0,1
Оріон-Інтур	97	7,5	0,07732
MSF Travel	96	8	0,083333
Албіз-тур	98	12	0,122449
Тасс трепел	103	8	0,077449
Поехали с нами	104	12	0,115932
Паспарту трепел	104	8	0,077449
Олди трепел	104	12	0,115932
Звездный тур	104	12	0,115691
Week travel	104	8	0,076968
Victoria-tour	105	12	0,115213
Travel point	105	9	0,086232

Використовуючи результати проміжних обчислень, наведені в таблиці 3, отримуємо $S = 2708,917$ тоді коефіцієнт конкордації за завданням 0,83. Коефіцієнт конкордації змінюється в діапазоні $0 < W < 1$, причому 0 відповідає неузгодженості, а 1 - відповідає повній узгодженості. Якщо значення коефіцієнта конкордації перевищує 0,40-0,50, то якість оцінки вважають задовільним, якщо $W = 0,70-0,80$ – високим. Отже, можемо зробити висновок, що застосування експертного підходу, дає можливість стверджувати про об'єктивність застосування думок експертів для подальшого розрахунку.

У висновку, нами було розраховано інтегральний рівень ефективності реалізації соціальних функцій на підприємстві туристичної галузі України яку можна представити у формі графіку, де значення, що присвоєні кожному з підприємств представлені як різниця показників за аналізований і базовий період помножена на розрахований коефіцієнт вагомості за допомогою експертного методу. Також слід відмітити, що період який було обрано для авторського аналізу це п'ять років тобто порівняння 2014 року з 2019 роком. В результаті авторський розрахунків отримано досить актуальні данні, які характеризуються високим рівнем наукової новизни.

Так першим важливим висновком, який можна зробити на основі авторської економетричної моделі це те, що в основному системи реалізації соціальних функцій на аналізованих підприємствах частково реалізуються. Тобто, виконання своїх соціальних функцій серед аналізованих підприємств носить спорадичний характер та не має системного характеру. Так більшість з аналізованих підприємств організують виконання своїх соціальних функцій за залишковим принципом. Екстернальні ефекти від основної діяльності також реалізуються, лише частково. В основному аналізовані підприємства реалізують лише послуги з ділового туризму так як саме ця частина ринку не потребує спеціалізації. Загалом середньоарифметичне значення інтегрального показника знаходиться на поділці 0,14, що на нашу думку неприйнятно низький рівень. Інтегральний рівень ефективності реалізації соціальних функцій на підприємстві туристичної галузі України за авторською економетричною моделлю, тільки 9 підприємств з 42 аналізованих продемонстрували такий рівень реалізації соціальних функцій, що не потребує корегування та задовольняє як зовнішнім так і внутрішнім аспектам реалізації соціальних функцій. Підприємства, що продемонстрували високий рівень впливу на соціальну зводяться до наступних: Mouzenidis Travel 0,43; 1000 Dorip 0,44; Оріон-Інтур 0,45; Паспарту тревел 0,43; Олди тревел 0,45; Аккорд-тур 0,47; TEZ Tour 0,46; GTO Travel 0,47; Travel point 0,55; Алголь 0,52; Travel point 0,58.

Більшість підприємств туристичної галузі, що були оцінені за допомогою авторської економетричної моделі, а це 19 підприємств, продемонстрували відносно низький рівень реалізації соціальних функцій: ТПГ (TPG) 0,03; MSF Travel 0,03; Танго Тревел 0,03; Пан Укрейн 0,03; ЛюбоСвіт 0,04; Pegas Touristik 0,1; Impala Travel 0,1; Албіз-тур 0,1; Week_travel 0,1; Феерія (Feerie) 0,2; Діліжанс тревел 0,2; Звездный тур 0,2; Join UP; 0,27; Coral Travel 0,3; TUI Ukraine 0,3; Єременко і партнери 0,3; Victoria-tour 0,3; Наталі Турс 0,34; САМ 0,37. Так, в основному соціальні функції виконуються за рахунок екстернальних ефектів основного виду діяльності. Ці підприємства спеціалізуються на певному виді туризму, що сам по собі позитивно впливає на

соціальну сферу. Таким підприємствам достатньо надавати якісні послуги з того виду туризму на якому вони спеціалізуються, як правило це освітній або діловий туризм. Медичний туризм та туризм для інвалідів не досить розвинений і більшість підприємств реалізують його як індивідуальну опцію для заможних клієнтів. Останні 12 підприємств, продемонстрували відсутність реалізації соціальних функцій на підприємстві: Альянс -0,6; Oasis Travel Ukraine-0,5; Поїхали с нами -0,4; Тасс тревел -0,2; Сієста (Siesta) -0,06; Anex Tour -0,06; Інкомартур -0,06; Сакумс -0,03; Міст Тур -0,02; ТК-Велт (Велт) -0,01; СІТА (Сита) 0; Іспатур 0. Зазначена категорія підприємств продемонстрували лише незначні ефекти від основної діяльності. Ця категорія підприємств лише частково демонструє вплив на соціальну сферу за рахунок незначної кількості клієнтів, відповідно до послуг соціального характеру.

IV. Висновки. Отже, в процесі проведення досліджень з метою пошуку нових рішень в області розробки методики оцінки ефективності реалізації соціальних функцій на підприємствах туристичної галузі України, вперше розроблено економетричну модель, що на відміну від наявних інструментів дозволяє нівелювати недоліки суб'єктивності та односторонньої направленості існуючих економетричних моделей за рахунок синтезу якісних та кількісних елементів, та надає можливість вироблення інструментів, механізмів, підходів до підвищення мотивації бізнесу до реалізації соціально відповідальних стратегій розвитку серед підприємств туристичної галузі України.

Іншим важливим висновком, який має високий рівень наукової новизни це апробація авторської економетричної моделі. Так, за результатами авторських розрахунків в основному аналізовані підприємства туристичної галузі України реалізують соціальні функції як екстернальний ефект від основної діяльності. Проте і це, не є головним, проблема в тому, що підприємства туристичної галузі серед сфер, які мають позитивний вплив на соціальну сферу реалізують лише невелику кількість опцій з наявних. Так діловий та зелений туризм, стан найбільш поширеною опцією серед інших. Такі види як медичний туризм, освітній туризм або туризм для інвалідів представлений досить фрагментарно.

Також, важливим висновком є те, що більша кількість аналізованих підприємств сприймають соціальну парадигму в цілому та виконання своїх соціальних функцій зокрема не досить позитивно. Деякі підприємства, реалізують свої соціальні функції усвідомлено формуючи певну політику або заходи, однак більша частина не сприймає соціальну парадигму як важливий інструмент для розвитку не тільки власного бізнесу, а й покращення соціально-економічного стану національної економіки в цілому. В таких умовах, подальше дослідження щодо систематизації сучасних туристичних підприємств України за підходами до реалізації соціальних функцій та дослідження впливу внутрішніх соціальних програм туристичних підприємств їх показники діяльності має значний науковий інтерес з огляду на необхідність усвідомлення вигідності застосування соціальної парадигми як на рівні підприємств та і нарівні національної економіки України.

Література:

1. Bachev, H. Sustainability off arming enterprise-under sting, governance, evaluation. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка* – 2016. – № 2 (179).
2. Durdana, I. and Berkes F. Between a business a social enterprise: The Norway House Fisherman's Co-op, northern Manitoba, Canada. *Journal of Enterprising Communities: People Places in the Global Economy* – 2017. – 11.5 – pp. 530-546.
3. Vitik, S., Koptyakova, S. and Balynskaya, N. Methodology for Assessing the Efficiency of Labor-Related Incentives tan Enterprise. *International Business Management*. – 2016. – 10.4. – pp. 408-415.
4. Азарова А. О. Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства, 2010.
5. Вівчар О. Специфіка особливостей оцінювання економічної безпеки підприємств в сучасних умовах макротрендів бізнесу: регіональний підхід. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України* – 2020. – №24. pp. 15-23.

6. Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань [Електронний ресурс] / офіційний сайт. – Режим доступу до сторінки: <https://usr.minjust.gov.ua/>

7. Жалін Ю. О. Розроблення математичної моделі оцінювання рівня інноваційної діяльності підприємства та методу її формалізації на основі математичного апарату нечіткої логіки. Diss. ВНТУ, 2017.

8. Люльков М. М., Цеслів О. В. Моделювання управління інвестиційно-інноваційною діяльністю підприємства в умовах кризи. *Актуальні проблеми економіки та управління*. – 2020. – №14.

9. Сазонець О. М., Ганкіна М. С. Шляхи реалізації соціально-комунікативної функції підприємств міжнародного туризму в практичній діяльності. *Інвестиції: практика та досвід*. – 2017. – №11. – pp. 38-42.

10. Соколова Л. В., Верясова Г. М., Соколов О. Є. Порівняльний аналіз застосування моделей оцінки кризового стану промислових підприємств, 2019.

11. Тюріна М. М. Економічні наслідки застосування податкової соціальної пільги на підприємстві в умовах змін податкового законодавства. *Інвестиції: практика та досвід*. – 2018. – №23. – pp. 78-81.

12. Чайковська І. І. Економіко-математичне моделювання у задачах управління знаннями підприємства. *Університетські наукові записки*. – 2017. – №4. – pp. 347-358.