

## ОПТИМІЗАЦІЙНІ МЕТОДИ ТА МОДЕЛІ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Мета курсу* є формування в студентів світогляду й знань щодо оптимізаційних методів, моделей, методичних прийомів аналізу діяльності підприємств туристичної сфери та підвищення якості туристичних послуг в умовах зростаючої конкуренції.

*Міжпредметні зв'язки.* Курс «Оптимізаційні методи та моделі діяльності туристичного підприємства» має безпосередній зв'язок із такими дисциплінами, як: «Економіка підприємства», «Туроперейтинг», «Менеджмент і маркетинг», «Основи економічної теорії», «Вища математика» тощо.

*Процес вивчення дисципліни спрямований на формування таких компетентностей:* оволодіння методикою проведення аналізу витрат на виробництво, собівартості та реалізацію туристичного продукту (послуг); аналізу системи комплексного фінансово-економічного розуміння діяльності підприємств туризму.

### *Програмні результати навчання:*

**знати:** сутність та характеристики основних понять аналізу діяльності підприємств туризму; предмет, зміст і завдання аналізу діяльності підприємств туризму; моделі, методи і методичні прийоми аналізу діяльності підприємств туризму; види аналізу діяльності підприємств туризму та його інформаційне забезпечення;

**вміти:** аналізувати та порівнювати методику проведення аналізу обсягу виробництва та реалізації туристичного продукту (послуг); методику наявності і використання основних засобів підприємств туризму; методику проведення аналізу персоналу та оплати праці підприємств туризму;

**володіти:** навиками аналізу основних моделей та методів оптимізації діяльності туристичного підприємства; навиками проведення фінансово-економічного аналізу та розробки програми його проведення; вмінням тлумачити та використовувати на практиці базові поняття аналізу діяльності підприємств туризму.

### *Зміст навчальної дисципліни:*

В даний час туризм – це ціла галузь, яка об'єднує ряд підприємств, що займаються організацією відпочинку туристів і надають споживачеві різноманітні послуги. З кожним роком туристична індустрія України все активніше включається в світовий ринок. Розроблено ряд моделей управління туристичною діяльністю відповідно до сучасними економічними критеріями, інформаційними технологіями і останніми досягненнями в

області НТП. Можна класифікувати моделі туризму за структурою і вживанням математичного апарату наступним чином: економетричні, оптимізаційні, моделі штучного інтелекту.

До економетричних моделей відносяться моделі попиту, пропозиції і резервування туристичних послуг для прогнозування і планування туристичної діяльності під впливом різних факторів, у т.ч. факторів випадковості на її інтенсивності. Наприклад, моделі попиту на туристичні послуги будуються з метою прогнозування обсягів попиту, його розподілу за існуючими і плановими туристичними комплексам і базам для вивчення еластичності попиту за рівнем тарифів на туристичні послуги та за іншими факторами, для дослідження впливу різних природних, економічних, демографічних та інших умов на інтенсивність потоків туристів. Ці моделі являють собою: а) звичайні функції попиту від ціни; б) багатфакторні регресійні моделі; в) гравітаційні моделі попиту, що визначають поля туристичних потоків і центри їх тяжіння

Моделі пропозиції туристичних послуг будувалися, зокрема, для інтегральної оцінки туристичного потенціалу природно-економічних комплексів. До оптимізаційних моделей належать моделі оптимізації функціонування і розвитку туристичних об'єктів, проектів їх реконструкції та створення нових об'єктів для поліпшення їх організаційно-технологічної структури, а також моделі привабливості інвестування в туристичній галузі та оптимізації навантаження, оптимізації турів і т.д. Існують також моделі та методи оптимального управління, що представляють собою імітаційно-оптимізаційні моделі з економічними критеріями і факторними обмеження, котрі використовуються в інформаційно-комп'ютерних технологіях.

Оптимізація доходів, витрат і прибутку визначається доцільністю економічної поведінки підприємств, зокрема і таких, що здійснюють свою діяльність у туристичній сфері. Сучасні економічні відносини орієнтують туристичне підприємство на задоволення споживачів і організацію виробництва тільки тих видів туристичної продукції, які мають попит і можуть принести дохід, необхідний для поточної діяльності й подальшого розвитку.

**Обсяг вивчення навчальної дисципліни:** 3,5 кредити ЄКТС, загальний обсяг 105 годин, у т.ч. – 40 годин аудиторних занять і 65 годин – самостійна та індивідуальна робота.

**Форма семестрового контролю:** залік.