

– інші організації.

Процес створення всесвітніх, континентальних і регіональних організацій, покликаний займатися регулюванням туризму та подорожей, почався в 20-ті роки ХХ ст. За цей період склалася ціла система міжнародних туристських організацій різного рівня і компетенції. Тепер їх нараховується понад 200. Такі організації можуть мати назви: «організація», «союз», «асоціація», «група асоціацій», «федерація», «конфедерація», «об'єднання», «асамблея», «комісія», «комітет», «фонд», «рада», «центр», «бюро», «інститут» і «агентство». Найпоширенішою міжнародною туристською структурою є асоціація — об'єднання на добровільній основі національних організацій і підприємств туристської індустрії, а також фізичних осіб з метою вирішення конкретних завдань у сфері туризму.

Список літературних джерел

1. Організація туризму: [підруч. для учнів Харк. Нац. ак. Міського управління] / І. М. Писаревський, С. О. Погасій, І. Б. Андренко, М. М. Покоłodна, І. В. Сегеда. — Харків, 2008. — С. 39–41.

Танцюра Ю. А., Ткаченко В. В., студентки,
Національний авіаційний університет

МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Туристична сфера в останні роки переживає найбільш нелегкий час і сильно реагує на поточну, фінансову і системну кризи. Звичайно, в будь-якому секторі економіки є свої проблеми і складності, особливо в такому публічному секторі, як туризм. Більш того, туристична галузь знаходиться в синергії з іншими галузями економіки і значно залежить від них. Зростання цін на транспортні витрати, проблеми в будівельній галузі моментально позначаються і на сфері туризму, оскільки туристичні послуги включають в себе послуги безлічі різних учасників бізнес-співтовариств. Для удосконалення та розвитку систем управління туристичним бізнесом систематично відбувається впровадження економіко-математичного апарату в цю сферу, тому що підвищена конкурентоспроможність вимагає постійних і конструктивних змін.

© **Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку», КНЕУ, 16 березня 2018 р.**

Застосування економіко-математичного апарату в туристичних бізнес-процесах умовно можна класифікувати по двох видах: загальний і детальний. Загальний економіко-математичний апарат охоплює макроекономічні моделі туристичних бізнес-процесів і розраховує загальні сумарні показники різних факторів, наприклад: дохід, інвестиції, темп зростання і т.д. Детальний — націлений на мікроекономічні моделі туризму і розглядає туризм як системоутворюючу сферу з безліччю самостійних підсистем, кожна з яких складається з багатьох елементів. Економіко-математичні моделі досить розвинені і широко використовуються в туризмі, при цьому забезпечуючи допустиму точність і оцінюючи прогностичні значення. Існують також моделі і методи оптимального управління, які являють собою імітаційно-оптимізаційні моделі з економічними критеріями, факторами та обмеженнями, які використовуються в інформаційно-комп'ютерних технологіях і в автоматизованих системах управління. Туристична галузь є складною системою, що складається з багатьох підсистем, кожна з яких взаємодіє з іншими підсистемами з різною ймовірністю і ступенем невизначеності.

Однією з найважливіших складових, від якої залежать ефективність, успіх організації, є конкурентоспроможність. Тому можливість прогнозувати дії конкурентів означає суттєву перевагу для будь-якої компанії. І в зв'язку з цим теорія ігор корисна в застосуванні як метод моделювання оцінки впливу прийнятого рішення на конкурентів. Таким чином, теорія ігор в економіці розглядається як спрощений процес відтворення в імітації гри будь-якої реальної діючої господарської ситуації, яка до того ж є і типом економічного моделювання. Для побудови моделі не завжди просто в економічній зоні розпізнати всіх діючих гравців або потенційних конкурентів. На практиці виходить, що не обов'язково ініціювати всіх гравців. На момент розгляду гри, як правило, процес охоплює будь-який період або кілька періодів, протягом яких гравці роблять послідовні або одночасні дії. Вибір і здійснення одного з передбачених правилами дій називається ходом гравця, в свою чергу, ходи можуть бути як особистими так і випадковими.

Розглянемо найпростішу економіко-математичну модель теорії ігор з участю організатора по туризму (О) і клієнта (К). Зро-

© **Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку», КНЕУ, 16 березня 2018 р.**

бимо деякі допущення: у гравця О є m варіантів дій, а у гравця К — n варіантів дій. Така гра називається грою з mn варіантами. Таким чином, варіанти різних дій гравця О позначимо $O_1, O_2, \dots, O_m$, а різні дії гравця К позначимо $K_1, K_2, \dots, K_n$. При виборі кожного гравця з якого-небудь варіанту O_i і K_j результат записується як d_{ij} . Так як гра містить випадкові варіанти, то і результат, званий виграшем, також буде випадковою величиною. Оцінкою очікуваного виграшу як і випадкової величини буде його математичне очікування, що обчислюється як середнє значення. У теорії ігор значення математичних очікувань записують в табличному вигляді, тому що вони залежать від обох стратегій. В отриманій матриці рядки і стовпці будемо вважати відповідно стратегіями гравців О і К. Така матриця називається ігровою матрицею або платіжною матрицею.

О\К	K_1	K_2	$\dots$	K_n
O_1	d_{11}	d_{12}	$\dots$	d_{1n}
O_2	d_{21}	d_{22}	$\dots$	d_{2n}
$\dots$	$\dots$	$\dots$	$\dots$	$\dots$
O_m	d_{m1}	d_{m1}	$\dots$	d_{mn}

(1)

Для вирішення поставленого завдання стратегія гравця О повинна забезпечити виграш не менше деякого допустимого значення δ , тобто обмеження, яке, як правило, може бути або по ресурсам, або за часом, або з фінансів, при будь-якій стратегії гравця К. Визначимо вихідні матриці з їх можливостями.

$$S_0 = \begin{pmatrix} O_1 & O_2 & \dots & O_m \\ p_1 & p_2 & \dots & p_m \end{pmatrix} \quad (2)$$

$$S_k = \begin{pmatrix} K_1 & K_2 & \dots & K_n \\ q_1 & q_2 & \dots & q_n \end{pmatrix}, \quad (3)$$

де $q_i = 1 - p_i$.

$$\begin{cases} \frac{p_1}{\delta} d_1 + \frac{p_2}{\delta} d_2 + \dots + \frac{p_m}{\delta} d_{m1} \leq 1 \\ \frac{p_1}{\delta} d_2 + \frac{p_2}{\delta} d_2 + \dots + \frac{p_m}{\delta} d_{m2} \leq 1 \\ \vdots \\ \frac{p_1}{\delta} d_{1n} + \frac{p_2}{\delta} d_2 + \dots + \frac{p_m}{\delta} d_m \leq 1 \end{cases} \quad (4)$$
$$\frac{p_1}{\delta} = a_1, \frac{p_2}{\delta} = a_2, \frac{p_m}{\delta} = a_m$$
[illegible]

Виконання умови максимальності величини δ означає виконання умови мінімальності величини $\frac{1}{\delta}$ і навпаки, тому що ці величини обернено пропорційні один одному. Отже, необхідно визначити всі ці вищеописані величини $a_1, a_2 \dots a_m$ таким чином, щоб їх сума була мінімальною. Таку процедуру вже легко дозволяє здійснити математичний апарат лінійного програмування.

© Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції
«Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку», КНЕУ,
16 березня 2018 р.

результатів технічного прогресу і інновацій дозволяє здійснювати застосування міжнародних систем бронювання, мережі Інтернет, електронних баз даних по нормативно-правовим актам в туризмі, автоматизованих систем взаєморозрахунків, що в свою чергу сильно впливає на створення і просування будь-яких пропозицій від туроператорів і туристичних агентів. Використання і впровадження інформаційних та інноваційних технологій є одним з найбільш важливих напрямків в сфері туризму, який забезпечує зростання продуктивності в туристичній галузі.

Науковий керівник: Касьянова Н. В., д.е.н., професор,
Національний авіаційний університет

Тичковська Л. П.,
к.е.н., старший викладач
кафедри регіоналістики і туризму
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Сьогодні діяльність вітчизняних підприємств з надання послуг споживачам у сфері харчування та розваг зазнає значних змін. Особливість функціонування підприємств ресторанного бізнесу у соціальній та економічній сферах виявляється в забезпеченні якості життя людей за допомогою задоволення їхніх потреб.

Саме тому, актуально впровадити у систему ресторанного господарювання сучасних ефективних моделей управління, які відповідають світовим стандартам, обумовленим необхідністю надання високоякісних послуг, зниженні витрат, координації персоналом, проведення маркетингових досліджень ринку послуг харчування.

Вирішенню проблем управління розвитком підприємств з урахуванням особливостей діяльності ресторанного господарства зроблені В. Антоною, В. Момот, М. Науменко, І. Скавронською та ін. [1]. Проте динамічні зміни, які відбуваються у світовій економічній системі, потребують нових прогресивних підходів та уточнення існуючого теоретико-методичного інструмента-

© **Матеріали Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Туристичний бізнес: сучасні тренди та стратегії розвитку», КНЕУ, 16 березня 2018 р.**