

- або мають ресурси до проявів розкоші,
- або знаходяться у скрутних обставинах.

Тобто споживча поведінка є результатом усвідомленого поєднання раціонального, розумного ірраціонального особистого та колективного інтересу людей.

Список використаних джерел:

1. Mennel S. All manners of Food. Eating and Taste in England and France from Middle Ages to the Present. Oxford: Basil Blackwell, 1985. P. 1–19;
2. Mennel S. Civilizing of Appetite // *Theory, Culture & Society*, 1987. P. 373–403.
3. Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984.
4. Энджел Дж., Блэкуэлл Д., Миниард П. Поведение потребителей. СПб.: Питер, 2002.
5. Corrigan P. *The Sociology of Consumption*. L.: Sage, 1997. P. 17–32.

К. ф.-м. н. Огліх В. В.*, **к. т. н. Шаповалов О. В.****

** Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна),*

*** Університет митної справи та фінансів (Україна)*

МАТЕМАТИЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ РИНКУ СФЕРИ ПОСЛУГ

Розвиток підприємств ресторанного бізнесу проходить в умовах несталості, динамічності, невизначеності економічного середовища та ірраціональності споживача послуг. Формування стратегії розвитку, яка відповідає місії та цілям, має забезпечити розвиток конкурентних переваг, підвищення прибутковості та зростання ринкової вартості підприємства. Враховуючі специфіку ресторанної сфери [1–3], якій притаманні мінливий багатобразний ірраціональний контингент для надання послуг, широке коло постачальників продукції, велика кількість обслуговуючого персоналу, готівкові розрахунки тощо, слід звернути увагу на своєчасне виявлення і нейтралізацію загроз. В то же час, загальна Здатність економічної системи повертатися на визначену стратегією траєкторію розвитку після сходу з неї під дією внутрішніх впливів, кризових факторів, які формуються у зовнішньому середовищі та адаптуватися до мінливої демонстративної споживчої поведінки клієнтів є чинником сталого розвитку бізнесу [4; 5].

Для того щоб сформувавши фінансовий, організаційний, соціальний, виробничо-технічний, інформаційний інструментарій забезпечення комплексного всебічного розвитку маємо конкретизувати способи та засоби, які дозволяють керувати, ефективно організувати процеси функціонування, прийняття рішень, діяльності та набуття навичок співробітниками закладу на ринку ресторанних послуг.

Складність полягає у тому, що сьогодні притаманне якісне перетворення споживчої поведінки клієнта сфери громадського харчування. Маємо чітко усвідомлювати його індивідуальність, інакше кажучи суб'єктивні характеристики, звички та прерогативи, вплив навколишнього соціального середовища та об'єктивні чинники (демографічні, економічні, національні, природно-кліматичні).



Рис. 1. Споживач у системі закладів ресторанного господарства

Тобто формування стратегічних напрямів і тактичних рішень слід здійснювати з урахуванням факторів у системі суспільних відносин, які визначають, як структуру споживання, так й прийняття самостійних рішень про напрямки використання своїх коштів у межах домогосподарства. Тому глибокого аналізу потребує сукупність показників, які характеризують:

- соціально-демографічні характеристики та діяльність споживача, включаючи його споживчий вибір, мотив і ціль відвідування закладів ресторанної сфери;
- модель поведінки клієнта;
- критерії та попит на товари і послуги;
- споживчу структуру;
- способи використання доходів.

Економічна діагностика має відповідати таким характеристикам:

- всебічність дослідження, яке проводиться задля визначення причинно-наслідкових зв'язків;
- орієнтація аналізу на внутрішнє та зовнішнє середовище для усвідомлення економічного стану на ринку ресторанних послуг, інформації про нові тенденції споживацької поведінки та попиту, конкурентів, кон'юнктуру ринку тощо;
- комплексність досліджуваних факторів та умов господарювання задля виявлення недоліків у ланцюгу «споживач – суспільство – громадське харчування – ресторанний бізнес»;
- цілеспрямованість.

Маємо ствердити, що у дослідженні, за допомогою якого визначають попит на послуги, пропозицію послуг, аналізують суб'єкта отримання послуг наряду з традиційним фінансово-економічним аналізом, має бути застосований, як інструментарій багатфакторного статистичного аналізу факторів, так і експертні методи, нейро-нечіткі технології, методи прогнозування та теорія гри.

Зокрема, за допомогою факторного аналізу можна визначити структуру зв'язків між факторами та встановити за якими слід проводити аналіз ринку ресторанних послуг і споживачів, здійснити їх скорочення. Застосування багатомірної статистичної процедури кластерного аналізу дозволить упорядкувати об'єкти (споживачів, заклади харчування) у однорідні групи. Для оцінки ірраціональної поведінки споживачів послуг закладів ресторанного господарства доцільно застосувати інструментарій нечіткої логіки. За допомогою дискримінантного аналізу на підставі деяких ознак економічний суб'єкт може бути зарахований до однієї зі задалегідь заданих груп. Застосування економіко-математичного інструментарію дозволить істотно покращити якість прийнятих управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Веблен Т. Теория праздного класса. – М.: Прогресс, 1984.
2. Энджел Дж., Блэкуэлл Д., Миниард П. Поведение потребителей. – СПб.: Питер, 2002.
3. Mennel S. All manners of Food. Eating and Taste in England and France from Middle Ages to the Present. Oxford: Basil Blackwell, 1985. P. 1-19;
4. Mennel S. Civilizing of Appetite // Theory, Culture & Society, 1987. – P. 373-403.
5. Corrigan P. The Sociology of Consumption. – L.: Sage, 1997. – P. 17– 32.

К. ф.-м. н. Огліх В. В.*, к. т. н. Шаповалов О. В.**

** Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна),*

*** Університет митної справи та фінансів (Україна)*

**МОДЕЛЮВАННЯ ПРОГРАМИ
КЕРУВАННЯ ЯКІСТЮ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ**

Маємо констатувати загострення проблем в системі освіти на тлі соціальних, політичних, економічних змін сучасного соціуму та державної політики. Сьогодення висуває нові вимоги до освітніх установ. Це в свою чергу, вимагає від них встановлення стратегічного курсу та визначення механізму керування процесом досягнення нової якості освіти з урахуванням потреб суспільства у соціально успішних особистостях. Тобто заклади вищої освіти мають вибудовувати моделі ефективного керування якістю освітніх послуг, які:

– враховують специфіку функціонування конкретного закладу освіти в конкретних умовах в режимі розвитку,

– засновані на моніторингу поточних, кінцевих результатів і перспектив освіти за новими стандартами.

Маємо розуміти, що якість освітніх послуг, які надаються закладом вищої освіти визначаються здатністю системи задовольнити наявні та потенціальні потреби держави, суспільства, ринку, особистостей до людського капіталу, до знань, умінь та компетентностей, які набувають в процесі навчання (рис. 1).

Багатогранне поняття якість освіти відображає єдність місії та цілей, планів стратегічного розвитку, тактичних рішень, науково-дослідного сектору,