

продуктивно їх використовувати, то вони стануть одним із факторів економічної стабілізації. Лише при зацікавленості та об'єднанні державних та промислових структур, розуміння спільних завдань приведе до розкриттю економічного потенціалу та розвитку сфери послуг.

Список використаних джерел:

1. Міжнародна інвестиційна діяльність (2002). <http://library.if.ua/book/125/8249.html>
2. Сидорова А. В. Экономико-статистические методы в управлении сферой услуг / А.В. Сидорова. – Донецк: ДонНУ, 2002. – 240 с.
3. Сфера послуг як об'єкт інвестиційної діяльності (2014). URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/17_2014/4.pdf
4. Інвестиційна діяльність як особлива сфера банківської діяльності (2013). URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2189>

Сотула В. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**МОДЕЛІ ЕФЕКТИВНОГО КЕРУВАННЯ
ЯКІСТЮ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ**

На сьогоднішній день в економічній науці одним із найдієвіших інструментів дослідження та прогнозування розвитку економічних явищ та процесів являються математичні моделі. Економіко-математичні методи являються одними з найрозповсюдженіших методів планування, аналізу та керуванням якістю освітніх послуг. Так, в монографії [1] розглянуто сучасні підходи до моніторингу, моделювання та управління складними соціально-гуманітарними системами з емерджентними властивостями, до яких цілком коректно можна віднести й складні системи в освіті.

При цьому побудова нової системи освіти в Україні передбачає стимулювання розвитку інноваційної складової економічних реформ та педагогічних технологій з можливістю їх кількісної оцінки.

Ефективне керування якістю освіти у вищих навчальних закладах передбачає формування моделей, котрі мають включати в себе такі аспекти [2]:

– специфічне функціонування в режимі розвитку та за конкретних умов певного закладу освіти;

– нестача сформованої самостійності, соціальної відповідальності та самоорганізації зміни у мотиваційній, соціальній, академічній складових, а також у емоційній активності;

- зменшення ефективності у навчанні;
- конкретні вимоги до практичної організації освітнього процесу, котрі започатковані на перспективі освіти, а також базуються на нових стандартах та моніторингу кінцевих і поточних результатів.

Розглядаючи математичні методи для того, щоб розв'язати дану проблему, можна виділити принаймні чотири аспекти застосування [3]:

1. Удосконалення освітніх програм та їх моніторингу. Математичні методи й моделі дадуть змогу упорядкувати наявну інформацію, виявити недоліки в даній інформації та формувати вимоги для будування чи коригування нових даних. Розробка та використання економіко-математичних моделей вказують шляхи для вдосконалення, систематизації інформації, котра орієнтована на планування.

2. Збільшення точності оцінювання та інтенсифікація здобувачів вищої освіти, педагогічних працівників вищої освіти та науково-педагогічних працівників, а також оприлюднення результатів усіх оцінювань на офіційному веб-сайті вищого навчального закладу на інформаційних стендах та в різні способи. Формалізація даних задач та використання комп'ютерних технологій в значній мірі пришвидшують усі розрахунки, збільшують точність та скорочують трудомісткість, також є змога проводити багатоваріантні обґрунтування складних заходів та досліджень, котрі являються недосяжними для «ручної» технології.

3. Поглиблення аналізу ефективного керування якістю освітніх послуг. Завдяки використанню економіко-математичних моделей можна створити нові можливості для аналізу освітніх послуг, виявити чинники котрі мають вплив на освітні послуги, оцінити наслідки змін за умови певних нововведень.

4. Розв'язання принципово нових задач. При використанні економіко-математичних моделей вдається розв'язати певні задачі, в котрих неможливо знайти відповідь іншим способом, а саме відшукування оптимального варіанта наукового плану, імітація певних нововведень, автоматизація контролю конкретних об'єктів.

Отже, застосування економіко-математичних методів в аналізі освітніх послуг, спрямоване на збільшення ефективності, перш за все передбачає дослідження процесів та явищ шляхом побудови та використання відповідних економіко-математичних моделей, що супроводжується обов'язковою перевіркою їх адекватності та в окремих випадках викликає необхідність пошуку нових інструментів, що враховували б елементи невизначеності, значного числа ризиків та сприяли б підвищенню ефективності процесів моделювання.

Список використаних джерел:

1. Моделювання складних систем в економіці і освіті : Монографія / За заг. ред. Кібальник Л.О., Соловійова В.М. – Черкаси: Видавець Вовчок О.Ю., 2018. – 300 с.
2. Oglikh V., Nikolayev T., Shapovalov O. Educational reform Ukraine on innovative principles // Social and Economic Priorities in the Context of Sustainable Development. Monograph. – Opole: Publishing House WSZIA, 2016. – P. 251-257.
3. Бідник Н.Б. Використання математичних методів і моделей в управлінні / Н.Б. Бідник // Науковий вісник НЛТУ України. – 2017. – № 18.6. – С. 258-262.

Чуприна О. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ
ЯК ОСНОВНА ЛАНКА ТОРГІВЛІ МАЙБУТНЬОГО**

На сьогоднішній день найбільшою локальною мережею, яка забезпечує людей швидким обміном інформацією вважається мережа Інтернет. До його переваг можна віднести: доступність будь-яких послуг, можливість швидкої і надійної комунікації, світовий масштаб діяльності і т.д. Саме домінування плюсів над мінусами стало підставою для розвитку таких видів діяльності, як електронний бізнес та електронна комерція.

Однією із найзначніших змін, яка спостерігається у бізнесі, є перехід від традиційного способу торгівлі до електронної комерції. Різняться вони низкою параметрів, а саме: майже повна відсутність затрат, автоматизація самого процесу торгівлі і Інтернет сам створює безпосередню обробку даних. З урахуванням стрімкого розвитку Інтернет-технологій, онлайн торгівля нарощує свої обсяги у світовому масштабі і вже вважається окремою ланкою економіки.

Щоб краще зрозуміти сам механізм комерції, розглянемо її головні функції:

- реклама, як спосіб звернути увагу споживача до певного товару;
- демонстрація товару (показ продукції через мережу);
- здійснення торгівельних операцій (швидкі і безпечні розрахунки, вибір способів доставки);
- після продажне обслуговування (допомога, яка надається клієнтові після здійснення покупки);
- налагодження довгострокових відносин з клієнтом (вивчення переваг та смаків клієнта).

На даний момент найбільш розвинуті компанії світу орієнтовані на поліпшення усіх аспектів свого бізнесу через мережу Інтернет. І на цьому етапі він