

**РЕЙТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ
КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ**

Хуснулина Э.И.

*Пензенский государственный университет, Пенза, Россия,
e-mail: elvira-khusnulina@mail.ru*

В условиях глобализации высшего образования, увеличения количества вузов и доминирования стран с рыночной экономикой происходит постоянный рост конкурентной борьбы между вузами за ведущие позиции на рынке образовательных услуг. Одним из основных элементов конкурентоспособности вуза является качество подготовки и обучения специалистов. Специфика образовательных услуг заключается в том, что их потребление осуществляется одновременно с предоставлением и занимает длительный промежуток времени. В такой ситуации достаточно сложно говорить о качестве выпускаемых специалистов до момента их трудоустройства и работы по специальности в течение нескольких лет.

Успешность динамично развивающейся системы высшего образования во многом зависит от наличия общедоступных инструментов анализа деятельности и стимулирования развития высших учебных заведений. Создание такого инструмента требует разработки модели, позволяющей отразить как разнообразие учебных заведений в системе высшего образования, так и многоплановость задач, которые ставит перед ними современное общество.

Учитывая современные тенденции развития систем оценки деятельности вузов в международном контексте в сторону усложнения и учета не только разнообразия типов университетов и их функций, но и разнообразия потребителей услуг высшего образования, в рамках анализа были выявлены характеристики качества методологий многомерного ранжирования вузов, как гибридной формы оценки качества деятельности современных вузов. К основным характеристикам качества методологий многомерного ранжирования вузов были отнесены такие, как:

- балансированность показателей;
- сбор данных;
- надежность и релевантность показателей;
- интерактивность и свободный доступ.

Контроль качества образовательных услуг осуществляется на нескольких уровнях: правительственными институтами управления образованием, общественными организациями и профессиональными союзами, а также рейтинговыми агентствами. В большинстве случаев государственный контроль заключается в лицензировании деятельности учреждений об-

разования, аккредитации и аттестации их услуг. Общественные организации выполняют аналогичные функции, дополняя их выдачей сертификатов и знаков качества. Рейтинговые агентства, а это, как правило, авторитетные издательства или консалтинговые компании, дополняют предыдущие уровни контроля. Однако рейтинги могут рассчитываться и на уровне государственных органов управления. Рейтинги вузов, магистратур и школ бизнеса публикуются регулярно в разрезе региона, профиля и формы собственности учреждений. В каждой из наиболее развитых систем образования представлена одна или несколько методик рейтинга.

Аккредитация, наряду с рейтинговой оценкой качества образования, представляет собой один из наиболее наглядных способов предоставления сравнительной информации об учебных заведениях. Аккредитация учебных заведений проводится согласно приказу Министерства образования и науки Российской Федерации от 16 сентября 2014 года № 1227 «Об утверждении Административного регламента предоставления Федеральной службой по надзору в сфере образования и науки государственной услуги по государственной аккредитации образовательной деятельности». Различие между аккредитацией и рейтингом состоит в том, что при аккредитации вуза значения критериев должны превышать нормативные по каждому из частных критериев оценки, а при составлении рейтинга вуза учитываются любые значения критериев. Кроме того, при аккредитации вуза не выставляется итоговая количественная оценка, что является необходимым элементом при расчете его рейтинга. Аккредитация является первичным этапом оценки качества образования, а рейтинг, как правило, используется для ранжирования уже прошедших аккредитацию заведений.

Методика составления рейтинга или аккредитации образовательных услуг вузов состоит из двух основных частей: математического аппарата и критериев оценки. Уникальность методики определяется набором критериев, участвующих в составлении рейтинга, и математическими методами агрегирования результата по этим критериям.

Таким образом, на основании многомерной оценки возможен качественный анализ преимуществ и недостатков развития каждого отдельного вуза и выработка на основе этого анализа обоснованных рекомендаций по укреплению потенциала российских вузов как внутри российской системы высшего образования, так и в глобальном пространстве высшего образования.

**Секция «Информационные системы и технологии»,
научный руководитель – Виштак Н.М.**

**МУЛЬТИАГЕНТНАЯ СИСТЕМА ДИСТРИБУЦИИ
ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ**

Казаков К.П., Крюкова А.А.

*ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики», Самара, Россия,
e-mail: zenitovec163@mail.ru*

Сегодня можно наблюдать процесс разрушения устоявшихся традиций на рынке продовольствия. Дистрибьюторы продуктов питания сейчас активно сдают свои доминирующие позиции, уступая пальму первенства розничным сетям. Проще говоря, в вопросе, кто главнее – оптовик или розничная сеть, перевес начинает клониться в сторону последнего. Доходность оптовиков снижается, и чтобы сохранить

позиции, оптовые базы продуктов питания начинают совершенствовать свой сервис. Грамотные руководители понимают – если сейчас не начать подстраиваться под розничную торговлю, то завтра можно быть выброшенным на задворки бизнеса.

Актуальность данной работы заключается в поиске, анализе и проектировании нового и эффективного канала дистрибуции продовольственной продукции.

Создание подобного канала сбыта позволит выжить и более эффективно функционировать небольшим региональным производственным компаниям и дистрибуторам, которые вытесняются с рынка федеральными продуктовыми сетями. В тоже время данная система позволит снизить затраты потребителя на продовольственные товары и повысить качество

сервиса при реализации продукции. Таким образом, будет получена эффективная система взаимодействия производителя, дистрибутора и потребителя, минуя посреднические звенья.

Целью данной работы является моделирование бизнес-модели мультиагентной системы дистрибуции продовольственных товаров и анализ экономических и физических методов ее реализации.

В данной научной работе предлагается изменить существующее положение дел на рынке продовольственных товаров. Это можно сделать, создав систему мультиагентной дистрибуции продовольственных товаров, суть которой заключается в создании прямого канала сбыта продукции от производителя или дистрибутора до конечного пользователя, минуя розничную сеть. Это может быть достигнуто путем создания системы коллективных закупок продовольственных товаров напрямую у производителя или дистрибутора, на основе объединения потребителей в кластеры.

Данная мультиагентная система будет реализована в виде интернет-портала (рисунок), на котором будут регистрироваться производители и прямые дистрибуторы и предлагать свои товары по оптимальной цене.



Макет главной страницы портала

На сегодняшний день системы подобного класса прямой дистрибуции продовольственных товаров отсутствуют на рынке. Существующие системы доставки продуктов на дом неконкурентны данной системе, так как из-за большого количества посредников они в определенной мере способствуют повышению цены продукции, даже по отношению к розничным сетям.

Из всего выше сказанного, можно сделать вывод, что создание мультиагентной системы дистрибуции продовольственных товаров повысит эффективность бизнес-процесса дистрибуции и значительно снизит цену на продукцию.

Система имеет широкие возможности для коммерциализации и способна генерировать достаточно большой доход. Основное условие для этого - это большое количество пользователей мультиагентной системы. Доходы от реализации проекта создания мультиагентной системы дистрибуции продовольственных товаров можно подразделить на несколько направлений:

- 1) Процент от суммы сделки в размере 5%;
- 2) Монетизация интернет-портала
- 3) Подключение новых возможностей и услуг (в том числе доставка и новые сферы деятельности)

Окончательный объем необходимых инвестиций для реализации проекта составляет примерно 668 320 рублей. Издержки первого года существования предприятия составят 668 320 рублей.

Расчеты показывают, что реализуемость и эффективность создания мультиагентной системы дистрибуции

продовольственных товаров в связи с положительностью значения чистого дисконтированного дохода (NPV), который через 2 года после начала реализации проекта составит 114 300 рублей, а значит проект окупится ориентировочно через 2 года после начала реализации.

По итогам научной работы выявлено, что создание мультиагентной системы дистрибуции продовольственных товаров, является перспективным и высокоприбыльным проектом, не смотря на высокую стоимость и трудность его реализации. К тому же данный проект имеет достаточно высокую социальную значимость для всего общества в целом, так как позволяет сделать продовольственные товары более доступными и менее зависимыми от наценок розничных сетей.

К тому же, государство заинтересовано в нормализации положения дел в данной сфере, так как бесконтрольный рост цен на продовольственные товары не раз беспокоил правительство нашей страны. Таким образом, данный проект позволит реализовать данные намерения правительства на практике, сделав данную сферу более открытой и менее коррумпированной.

Список литературы

1. Джонс Э. Деловые финансы [Текст]: [пер. с англ.] / Эрнест Джонс. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 1998г.-416 с.
2. Система интернет аналитики Яндекс/[Электронный ресурс] / Режим доступа <http://wordstat.yandex.ru/>. Заголовок с экрана

ПРИКЛАДНОЕ ПРИМЕНЕНИЕ СРЕДСТВ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В РАЗРАБОТКЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР

Казиев А.Б., Прокопюк С.Ю.

Томский политехнический университет, Томск, Россия,
e-mail: mutalisk22@mail.ru

Введение

Индустрия компьютерных игр – одна из самых быстро развивающихся отраслей компьютерных технологий на сегодняшний день. За сорок с лишним лет своего существования она развилась настолько, что во многом уже опережает своих главных конкурентов: киноиндустрию, музыкальную индустрию и шоу-бизнес. За прошлый год одна только российская игровая индустрия заработала 35.4 млрд. рублей [1].

Продукция индустрии характеризуется выражением конкурентной способности в многомерном показателе качества. Компьютерная игра оценивается по широкому спектру параметров: от графической составляющей до сюжета и постановки. Одной из фундаментальных составляющих успеха игры является система искусственного интеллекта (ИИ). В компьютерных играх искусственный интеллект применяется для управления объектами, которые образуют игровую среду и олицетворяют противников и союзников игрока.

Искусственный интеллект в игровых приложениях

С момента появления игровой индустрии стоит задача повышения правдоподобности игрового мира. Уровень реализации искусственного интеллекта наибольшим образом влияет на реалистичность игрового процесса, соревнуясь даже с графической составляющей, однако требует дополнительных затрат на разработку.

Таким образом, перед современным разработчиком поставлен вопрос: является ли перспективным направлением несение дополнительных затрат на создание более совершенных и правдоподобных систем игрового искусственного интеллекта? На этот вопрос можно дать однозначно положительный ответ, проанализировав их возможное применение на практике.

Применение искусственного интеллекта для коммерческих игровых приложений

Свое основное применение высокоэффективная система искусственного интеллекта найдёт в области