

При таком распределении суммы кредита между проектами доход будет максимальным. Аналогично рассчитывается распределение сумм средств между источниками привлекаемых средств, если известна необходимая для размещения сумма.

*Л.К. Голенда, канд. экон. наук, доцент
Н.Н. Говядинова, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

МОДЕЛЬ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ

В настоящее время происходит становление новой модели системы высшего образования, существенным отличием которой является большая самостоятельность вуза в выборе содержания программ, методов и форм обучения, требований к преподавательскому составу. Изменились характеристики абитуриентов и слушателей, получающих образование. Их отличает прагматизм, ориентация на получение практических знаний, необходимых в их будущей работе, завышенные и не всегда адекватные требования к вузу.

Изменились взаимоотношения и взаимодействия вузов и потребителей образовательной услуги, возросла конкуренция в образовательной сфере, что потребовало от учреждения образования (УО) выработки критериев оценки как учебного процесса, так и его результатов. Сложность оценки качества предоставляемой образовательной услуги заключается в отсутствии стандартов, сложности количественного выражения. Это приводит к субъективизму в оценке полученных знаний со стороны студентов, завышенным требованиям к выпускникам со стороны работодателей и неспособности образовательного учреждения объективно оценить себя.

Задачами системы оценки качества образовательной услуги являются:

- выявление факторов, влияющих на качество образовательной услуги;
- формирование системы аналитических показателей;
- оценка уровня индивидуальных образовательных достижений обучающихся для их итоговой аттестации и отбора для перехода на следующие ступени обучения;
- оценка состояния и эффективности процесса обучения;
- оценка качества образовательных программ с учетом запросов потенциальных получателей образовательных услуг.

Комплексный метод оценки уровня качества предусматривает использование комплексного (обобщенного) показателя качества.

Качество образовательной услуги будем рассматривать с точек зрения получателя этой услуги и организации, ее предоставляющей. Как

правило, между ними существуют расхождения в оценке качества образовательных услуг. С позиций получателя образовательной услуги качество реальной услуги (K_r) можно рассматривать как функцию от ожидаемых $\{X_1, X_2, \dots, X_n\}$ и реальных значений критериев оценки $\{\bar{X}_1, \bar{X}_2, \dots, \bar{X}_n\}$, что можно представить в следующем виде: $K_r = f(X, \bar{X})$, где K_r определяет степень удовлетворения ожиданий получателя услуги.

С позиций УО качество реальной услуги можно рассматривать как функцию от ожидаемых $\{Y_1, Y_2, \dots, Y_n\}$ и реальных значений критериев оценки $\{\bar{Y}_1, \bar{Y}_2, \dots, \bar{Y}_n\}$, что можно представить в виде $K_s = g(Y, \bar{Y})$, где K_s определяет степень реализации образовательной услуги.

Качество реальной услуги определяется по следующей формуле:

$$K = K_r - K_s, \quad \text{или} \quad K = f(X, \bar{X}) - g(Y, \bar{Y}).$$

Понятно, что в идеальном случае $K \rightarrow \min$.

*И.А. Давидовская, ассистент
Л.С. Климченя, канд. экон. наук
БГЭУ (Минск)*

РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЭЛЕКТРОННЫХ МАГАЗИНОВ

На современном этапе внедрение новых компьютерных информационных технологий становится важнейшим фактором экономического развития страны. Поэтому актуальным является широкое использование возможностей сети Интернет в коммерческих целях. Мультимедийность, глобальность сети, масштабируемость, интерактивный характер контактов, наличие контроля потребителем за поиском и получением информации, широта представления информации и наличие различных механизмов ее поиска позволяют решать задачи, связанные с поиском, продвижением и продажей товаров в сети, их сопровождением в процессе потребления.

Розничная продажа товаров в сети Интернет в Республике Беларусь берет свое начало с 1999 г. с момента создания первого белорусского электронного магазина. За прошедшие годы в стране появилось более 700 электронных магазинов, а также две крупнейшие торговые площадки.

Для потенциальных покупателей и владельцев электронных магазинов в точки зрения их дальнейшего развития и совершенствования актуальной становится оценка качества торгового обслуживания, предлагаемая белорусскими электронными магазинами.

Для изучения качества обслуживания покупателей в функционирующих электронных магазинах было проведено исследование потребительской оценки белорусских электронных магазинов. В опросе приняло участие в 2007 г. 168 респондентов, в 2008 г. — 254 человека.