

ՀՀ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ՆԱԽԱՐԱՐՈՒԹՅՈՒՆ

«ՎԱՆԱԶՈՐԻ Հ.ԹՈՒՄԱՆՅԱՆԻ ԱՆՎԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ» ՀԻՄՆԱԴՐԱՄ

Հավելված

«Վանաձորի Հ. Թումանյանի անվան

պետական համալսարան» հիմնադրամի

ռեկտորի պաշտոնակատարի _____ 2018թ. թիվ _____
հրամանի

**Մասնագիտական կրթական ծրագրի համար առաջավոր փորձի
համեմատական վերլուծության (բենչմարքինգի) իրականացման
քաղաքականությունը և ընթացակարգը**

Ընդունվել է ՎՊՀ գիտխորհրդի նիստին

(արձանագրություն թիվ “_27_” 09___ 2018թ., արձ. թիվ 8)

Վանաձոր-2018

I. ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԴՐՈՒՅԹՆԵՐ

ՎՊՀ-ի գործունեության ռազմավարական կարևոր ուղղություններից են նրա մրցակցային կարողությունները և կրթության որակի ապահովումը: Վերջին տարիներին միջազգային պրակտիկայում լայն տարածում է ստացել կրթության որակի գնահատման նոր գործիքը՝ Բենչմարքինգը:

Բենչմարքինգի մեթոդաբանությունը նշանակում է տարբեր բուհերի առաջավոր փորձի համեմատական վերլուծություն՝ լավագույն ռազմավարությունների և բուհի մրցունակության բարձրացման նպատակով:

Բարձր վարկանիշ ունեցող բուհերի գործունեության մշտական ուսումնասիրությունը և փորձի վերլուծությունը կարևոր երաշխիք են կրթական գործունեության ասպարեզում մրցունակության ապահովման համար:

ՀՀ բարձրագույն մասնագիտական կրթության ժամանակակից համակարգը ունի անհրաժեշտ և բավարար պայմաններ Բենչմարքինգային նախագծերի իրականացման համար: Դրանցից են Բոլոնյան պահանջներին և եվրոպական ընդհանուր կրթական տարածքում ներգրավվելուն համահունչ կրթական բարեփոխումները, համատեղ նախագծերի իրականացումը, բուհերի կողմնորոշումը արտաքին և ներքին սպառողների պահանջներին, որակի կառավարման համակարգերի ներդրումը և զարգացումը, բուհերի և կրթական ծրագրերի պետական հավատարմագրումը:

Վերջին տարիներին Համալսարանը հաջողությամբ համագործակցում է ՀՀ և այլ երկրների հետ միջազգային և հանրապետական նախագծերի ու կոնսորցիումների շրջանակներում, ինչի շնորհիվ ստեղծված են բավարար նախադրյալներ արդյունավետ Բենչմարքինգի և փորձի փոխանակման համար: Բենչմարքինգը բարձրագույն կրթության ոլորտում ենթադրում է նաև կրթական ծրագրերի համեմատական վերլուծություն՝ ներքին և արտաքին շուկաներում դրանց գրավչությունը բարձրացնելու նպատակով:

Սույն փաստաթղթի նպատակն է՝ ներկայացնել Բենչմարքինգի հիմնական սկզբունքները, անցկացման մեթոդաբանության հիմքերը, գործընթացի հիմնական փուլերը՝ լավագույն փորձը սեփական գործընթացներում ներդնելու նպատակով:

II. ԲԵՆՉՄԱՐՔԻՆԳԻ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՁԵՎԵՐԸ

Բենչմարքինգի հիմնական ձևերը կարելի է դասել հետևյալ խմբերից որևէ մեկին.

- Ներքին Բենչմարքինգ - բուհի ենթաբաժինների գործունեության համադրություն, առաջավոր փորձի բացահայտում և տարածում,

- Մրցունակային բենչմարքինգ – սեփական և մրցակցային բուհի առանցքային ցուցանիշների վերլուծություն, փորձի ընդօրինակում,
- Ֆունկցիոնալ բենչմարքինգ – էտալոնային համեմատում տվյալ ասպարեզում առաջատար համարվող բուհի հետ՝ լավագույն ռազմավարության և նույնանման արդյունքների հասնելու նպատակով,
- Ընդհանուր բենչմարքինգ – բուհի համեմատություն այլ ոլորտում աշխատող ձեռնարկությունների հետ:

Կրթության ոլորտում նպատակահարմար է օգտագործել Ռ.Կոմպի կողմից մշակված և միջազգային պրակտիկայում արդեն իսկ փորձարկված բենչմարքինգի անցկացման 10-փուլանոց ալգորիթմ.

1. Բենչմարքինգի առարկայի որոշում
2. Բենչմարքինգի գործընկերոջ որոշում
3. Տեղեկատվության հավաքագրման օպտիմալ եղանակի որոշում: Տվյալների հավաքագրում
4. Մրցունակության ապահովման տեսակետից ցուցանիշների նմանության և տարբերությունների որոշում
5. Արդյունավետության հնարավոր ցուցանիշների պլանավորում
6. Տեղեկատվության ապահովում բոլոր հետաքրքրվող կողմերին բենչմարքինգի արդյունքների մասին, նրանց ներգրավումը բենչմարքինգի անցկացման գործընթացում: Որակի կորպորատիվ մշակույթի ձևավորում
7. Բուհի գործունեության արդյունավետության բարձրացման կոնկրետ նպատակների և խնդիրների մշակում:

III. ԲԵՆՉՄԱՐՔԻՆԳԻ ԻՐԱԿԱՆԱՑՄԱՆ ԳՈՐԾՈՂՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

Բենչմարքինգի գործնական կիրառությունը անհրաժեշտ է անցկացնել համաձայն հետևյալ հաջորդական գործողությունների.

1. Սեփական գործունեության ինքնավերլուծություն, ուժեղ և թույլ կողմերի բացահայտում բուհի ուսումնական, մեթոդական, գիտական, կառավարման, կազմակերպչական գործունեության բնագավառում [SWOT վերլուծություն, Գործունեության առանցքային ցուցանիշներ (ԳԱՑ)] :

2. Համալսարանի բենչմարքինգի գործընթացի օբյեկտների (գործունեության բնագավառների և գործոնների) որոշում և հստակեցում:

3. Լավագույն գործառույթներ ունեցող բուհերի որոնում, նրանց վերաբերող տեղեկատվության հավաքագրում, տվյալների փաստագրում, գործունեության վերլուծություն:

4. ցուցանիշներով արտահայտված համեմատվող օբյեկտների նմանությունների և տարբերությունների վերլուծություն: Վերլուծության արդյունքների համեմատում, գործընկերների և մրցակիցների գերակայության

առանցքային գործոնների բացահայտում, արդյունքների հիման վրա նոր խնդիրների ձևակերպում:

5. Բենչմարքինգի արդյունքների ադապտացում և բուհի զարգացման ռազմավարական ծրագրում փոփոխությունների կատարում (անհրաժեշտության դեպքում):

6. Անհրաժեշտ փոփոխությունների ներմուծում արդյունքների հավասարեցման համար (ճեղքվածքի կրճատում):

7. Դրական ձեռքբերումների մոնիթորինգ (մշտադիտարկում):

8. Նպատակներին հասնելու և խնդիրների լուծմանն ուղղված կոնկրետ գործողությունների կատարման ռազմավարության մշակում:

9. Պլանավորած միջոցառումների անցկացում և արդյունքների ամրագրում, ամփոփում:

10. Բենչմարքինգի անցկացման ընթացքում ստուգման ենթարկված Համալսարանի գործունեության մոնիթորինգ:

IV. ԲԵՆՉՄԱՐՔԻՆԳԻ ԻՐԱԿԱՆԱՑՄԱՆ ԱԿՆԿԱԼՎՈՂ ԱՐԴՅՈՒՆՔՆԵՐԸ

Բենչմարքինգի իրականացումը թույլ է տալիս.

- համաձայնեցնել բոլոր կառուցվածքային ստորաբաժանումների նպատակները միասնական կորպորատիվ գերնպատակի հետ,
- կատարելագործել տեղեկատվության ձեռքբերման գործընթացները՝ աշխատաշուկայի պահանջների, սոցիալական պատվերի փոփոխությանը արագ արձագանքելու նպատակով,
- խթանել նախաձեռնությունների աճը և դրանց կառավարման հնարավորությունը,
- գնահատել ձեռքբերումները չափորոշիչների կիրառմամբ, էտալոնային գնահատականների միջոցով,
- կառուցվածքային ստորաբաժանումների ինքնավերլուծության արդյունքները և ԳԱՑ-ի տվյալներն օգտագործել ներքին և արտաքին բենչմարքինգի անցկացման համար,
- անցնել «արարման բենչմարքինգի» մակարդակին, երբ բենչմարքինգի գործընկերները ստեղծում են համատեղ կրթական ծրագրեր, կոնսորցիումներ, համագործակցության նորարարական ձևեր: