



ՀՀ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ՆԱԽԱՐԱՐՈՒԹՅՈՒՆ
ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԱԶԳԱՅԻՆ ԱԳՐԱՐԱՅԻՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ

Հաստատված է

ՀԱԱՀ գլխավոր խորհրդի կողմից

24.05. 2013 թ. (արձանագրություն № 13)

ԲԵՆՉՄԱՐՔԻՆԳԻ
ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ԸՆԹԱՑԱԿԱՐԳ

ԵՐԵՎԱՆ 2013

**ԲԵՆՉՄԱՐՔԻՆԳԻ
ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ԸՆԹԱՑԱԿԱՐԳ**

Բենչմարքինգը կազմակերպության գործունեության ռազմավարական պլանավորման մոտեցում է, որն ենթադրում է արտադրանքի, ծառայությունների և աշխատանքի մեթոդների մակարդակի գնահատման անընդհատ գործընթաց: Այն կատարվում է այլ կազմակերպությունների լավագույն փորձի ուսումնասիրման և ստացած գիտելիքների կիրառման համար տվյալ կարգակերպության գործունեության մեջ:

Բենչմարքինգը նպաստում է կազմակերպության արդյունավետության բարձրացմանը՝ օգտագործելով նմանատիպ այլ կազմակերպությունների լավագույն փորձը, և թույլ է տալիս պարզել կազմակերպության մակարդակը մնացածների նկատմամբ, նպաստում է նոր մոտեցումների ներդրմանը և նվազեցնում է ռիսկերը:

Բենչմարքինգը տվյալների հավաքագրման և վերլուծության միջոցով տվյալ համալսարանի համեմատման մեթոդ է այլ ճանաչված համալսարանների հետ:

Բենչմարքինգը որպես որակի ապահովման գործընթաց, թույլ է տալիս համալսարանում իրականացնել.

- լավագույն փորձի ուսումնասիրություն և վերլուծություն՝ համալսարանի գործունեության բարելավմանը ուղղված որոշումներ կայացնելու համար,
- ներդրումներ՝ ուղղված համալսարանի առանձին գործընթացների կամ գործողությունների բարելավմանը,
- փոփոխություններ համալսարանի ներսում՝ ներքին բենչմարքինգի տվյալների հիման վրա,
- բարեփոխումներ համալսարանի որակի ապահովման համակարգում:

Համալսարանում բենչմարքինգի անցկացման նպատակն է հայտնաբերել և օգտագործել համալսարանների լավագույն փորձը, հաշվի առնելով համալսարանում դրա իրականացման սահմանափակումները և հնարավորությունները:

Դրա համար անհրաժեշտ է կատարել համալսարանի համեմատական վերլուծություն ուրիշ ագրարային և այլ համալսարանների հետ.

1. Համալսարանական տվյալների համեմատական վերլուծություն. (քանակական կամ որակական):
2. Հետազոտություն. (բուհի որոշակի ոլորտի համեմատություն այլ բուհերի հետ):

Բենչմարքինգը իրականացվում է համալսարանի ամբողջ գործունեության կամ որոշակի գործընթացի կամ ոլորտի համար:

Համալսարանի կողմից իրականացվող բենչմարքինգը պայմանականորեն բաժանում են երկու հիմնական խմբի՝

1. *Ներքին բենչմարքինգ*. համալսարանի ստորաբաժանումների գործունեության համեմատություն, լավագույն փորձի բացահայտում և նրա տարածում մնացած կառուցվածքային ստորաբաժանումներ:
2. *Միջբուհական*. նմանատիպ համալսարանների գործունեության ուսումնասիրություն ըստ որոշակի պարամետրերի, լավագույն փորձի ներդրում:

Ներքին բենչմարքինգը անհրաժեշտ է որակի ներքին ապահովման համակարգի մշտադիտարկման և ապահովման համար:

Միջբուհական բենչմարքինգ իրականացնելիս կարևոր է որոշել, թե համալսարանը այլ համալսարանների հետ ինչ նմանություններ ունի, կատարել համեմատական վերլուծություն այլ բուհերի հետ և անհրաժեշտության դեպքում ներդնել այլ համալսարանների լավագույն փորձը՝ հաշվի առնելով համալսարանի գործունեության սահմանափակումները:

ԸՆԹԱՑԱԿԱՐԳ

- *Բենչմարքինգի անցկացման ոլորտի ընտրություն*. Առաջնահերթ անհրաժեշտ է կատարել ուսումնասիրություններ, թե համալսարանի որ գործընթացն է ենթակա վերափոխման: Դրանից ելնելով անհրաժեշտ է ընտրել բենչմարքինգի անցկացման ոլորտը՝ ուսումնական գործընթաց, գիտական գործընթաց, կրթական ծրագրեր և այլն:
- *Բենչմարքինգի տիպի որոշում*. Բենչմարքինգի ոլորտի ընտրությունը անհրաժեշտ է կատարել ըստ բենչմարքինգի տիպի (ներքին, միջբուհական), բենչմարքինգի անցկացման նպատակների և պարամետրերի:
- *Բենչմարքինգի իրականացման գործընկեր կազմակերպության ընտրություն և ապահովում*:

- *Պատասխանատուներ*. Անհրաժեշտ է իրականացնել պատասխանատվության բաշխում և կազմել բենչմարքինգ անցկացնող պատասխանատուների պլան գրաֆիկը:
- *Բենչմարքինգի պլանի մշակում*.
 - բենչմարքինգի նպատակը և խնդիրները,
 - իրականացման ժամկետները և գործողությունների պլանը,
 - իրականացման համար ռեսուրսների առկայությունը,
 - բենչմարքինգի անցկացման մեթոդաբանություն (հարցաթերթեր, հարցազրույցներ, աշխատանքային այցեր և այլն),
 - նախագծի շրջանակը,
 - բենչմարքինգի ենթական օբյեկտի կամ գործընթացի ցուցանիշները, որոնք ենթակա են չափման,
 - ծրագրի պատասխանատուները և համակարգողները:
- *Բենչմարքինգի իրականացում*. Ընտրված համալսարանների շրջանակներում լավագույն փորձի ուսումնասիրություն և վերլուծություն:
- *Արդյունքների ներկայացում հաշվետվության տեսքով*: Արդյունքները ցանկալի է ներկայացնել ելնելով նախագծի պլանից:

Բենչմարքինգի տիպ Նպատակ	Ներքին բենչմարքինգ	Միջբուհական բենչմարքինգ
Ռազմավարական բենչմարքինգ	Համալսարանի կառուցվածքային ստորաբաժանումների գործունեության գնահատում, համադրում, լավագույն փորձի տարածում:	Այլ համալսարաններում կրթական նոր տեխնոլոգիաների ուսումնասիրություն, լավագույն փորձի ներդրում և զարգացում:
Գործընթացային բենչմարքինգ	Համալսարանի ստորաբաժանումների գործունեության ուսումնասիրություն, նրանց գործունեության արդյունավետության վրա ազդող գործոնների բացահայտում, փորձի տարածում:	Այլ համալսարաններում նմանատիպ գործընթացի ուսումնասիրություն, լավագույն փորձի ընտրություն և զարգացում համալսարանում:

Բենչմարքինգի ընթացակարգի սխեմատիկ կառուցվածք



