

УДК 378

Н. М. Слаутина

БЕНЧМАРКИНГ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВУЗА В ОБЛАСТИ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ

В статье рассматриваются теоретические основания бенчмаркинга в вузе. Бенчмаркинг рассматривается в системе деятельности вуза по совершенствованию качества образования. Методический аспект бенчмаркинга рассматривается в контексте реализации академической мобильности студентов на основе анализа качества образовательных программ различных вузов.

Ключевые слова: бенчмаркинг, качество образования, образовательные программы.

N. M. Slautina

BENCHMARKING AS A DESTINATION OF UNIVERSITY FOR THE QUALITY OF EDUCATION

The article discusses theoretical basis of benchmarking at the university. Benchmarking is seen in the activities of the university to improve the quality of education. Methodical aspect of benchmarking is considered in the context of the academic mobility of students based on quality educational programs of various universities.

Keywords: benchmarking, quality education, training programs.

Изменения, происходящие в современном обществе, обуславливают актуальность развития технологий управления. В полной мере сказанное относится к системе образования. Исследователи констатируют тот факт, что в управлении вузами все чаще используются, во-первых, зарубежные технологии и, во-вторых, технологии, которые разрабатывались и традиционно используются на предприятиях и в коммерческих структурах. Мы согласны с тем, что «практика последнего десятилетия во всех сферах жизни современного российского общества, в том числе и в образовании, показала недостаточную эффективность некритического заимствования западных моделей управления, их переноса в российскую действительность без предварительной адаптации» [1, с. 5].

В соответствии со сказанным, целью данной статьи является разработка и обоснование содержания и технологий бенчмаркинга как одного из направлений деятельности вуза культуры и искусств в области качества образования. Для достижения поставленной цели нами будут решены следующие задачи. Во-первых, надо выявить сущность бенчмаркинга. Во-вторых, необходимо рассмотреть место бенчмаркинга среди других направлений деятельности вуза в области качества образования. В-третьих, определить особенности бенчмаркинга в творческом вузе.

«Бенчмаркинг (англ. *benchmarking*) – метод современного менеджмента, с помощью которого компания проводит сравнение своей

деятельности с практикой других компаний в целях осуществления конкретных изменений, позволяющих улучшить свою деятельность и повысить конкурентоспособность.

Название происходит от англ. слова *benchmark*, что в переводе означает «отметка уровня, репер», поэтому можно сказать, что бенчмаркинг – это процесс сравнения того, от чего принято отталкиваться, с неким эталоном, лидером в данной сфере деятельности. По смыслу – это изучение и заимствование передового опыта [1, с. 32].

На основании анализа литературы можно выявить следующие этапы развития бенчмаркинга:

- первая половина XX века, когда Г. Форд внедрил сборочный конвейер после знакомства с доставкой сырья на скотобойню в Чикаго;

- 70–80-е годы XX века, когда компания «Rank Xerox» усовершенствовала сбыт своей продукции на основе использования опыта компании по производству спортивных товаров *Bean*;

- 90-е годы XX века, когда о бенчмаркинге стали говорить как о новом направлении, появившемся на стыке менеджмента и маркетинга, которое служит реализации целей повышения конкурентоспособности и непрерывного улучшения качества на предприятии;

- первое десятилетие XXI века. Мы выделяем этот этап в связи с тем, что бенчмаркинг в данное время используется не только

на предприятиях и в коммерческих учреждениях, но и в организациях социальной сферы.

Выделенный нами последний этап в развитии бенчмаркинга актуализирует разработку методологии данной деятельности применительно к специфике различных организаций, в том числе – образовательных. Анализ литературы по проблематике бенчмаркинга позволяет, помимо цели, определить также его виды, принципы, методы. К видам бенчмаркинга относят: стратегический, операционный, процессно-ориентированный, проблемно-ориентированный, внутренний, внешний [3].

Принципами бенчмаркинга являются: лидирующая роль руководства; вовлечение сотрудников; системный подход; процессно-ориентированный подход; принятие решений, основанное на фактах и данных; ориентация на потребителя; постоянное улучшение. Как видно из приведенного перечня, эти принципы совпадают с принципами менеджмента качеств в различных системах качества, в том числе в системе ИСО.

Наконец, к методам бенчмаркинга относят экспертную оценку; статистические методы; формальную оценку по заданным критериям, системам оценки.

Можно предложить следующие основные характеристики бенчмаркинга: постоянное улучшение деятельности организации, внедрение процессного подхода, измерение и сравнение показателей. Как отмечает Е. А. Михайлова, «согласно концепции бенчмаркинга, любой бизнес-процесс должен быть промаркирован, то есть должен иметь несколько без труда распознаваемых точек, по которым можно, во-первых, определить, насколько успешно протекает бизнес-процесс, а соответственно, насколько успешно компания работает в данный момент, и, во-вторых, спланировать внедрение изменений, способных отслеживать будущие достиже-

ния компании в области совершенствования бизнес-процессов» [5, с. 128].

Как уже говорилось, основные характеристики бенчмаркинга соответствуют основным характеристикам менеджмента качества. Следовательно, бенчмаркинг можно рассматривать как одно из направлений деятельности вуза в области качества образования. Наряду с бенчмаркингом, этой же цели служат:

- всеобщий менеджмент качества (Total Quality Management – TQM);

- система сбалансированных показателей (Balanced Score Card – BSC);

- стандартизация менеджмента качества по версии ИСО 9000:2000 (ISO).

Таким образом, деятельность вуза по обеспечению качества образования может быть рассмотрена как система, одним из компонентов которой является бенчмаркинг. Анализ практики бенчмаркинга зарубежных вузов показал следующее. Во-первых, эта деятельность в вузах осуществляется преимущественно как проектная. По форме проекты могут быть сетевыми (с участием нескольких вузов) и индивидуальными (проводятся отдельным вузом). Во-вторых, они могут быть аналитическими (определяются перечни показателей, по которым следует проводить оценку качества) и диагностическими (применение процедур измерения и оценки выявленных показателей). В-третьих, бенчмаркинговые проекты могут проводиться вузом самостоятельно или с привлечением консалтинговых агентств.

На наш взгляд, цель бенчмаркинга в творческом вузе принципиально не отличается от общей цели бенчмаркинга. Что же касается проблем реализации этой деятельности, то ее, как нам представляется, достаточно полно охарактеризовала Е. А. Михайлова: «Среди людей творческих профессий сильна естественная антипатия к любому контролю над их деятельностью, в частности и к контролю над качеством. Считается, что конт-

роль подавляет творческие способности, прежде всего креативные, и что методы, позволяющие оценивать уровень качества, не могут быть внедрены в сферу деятельности, не относящуюся к разряду “производящих стиральные порошки”. По сути дела, в отношении труда инженеров, ученых, дизайнеров, журналистов, поваров, актеров и прочих представителей творческих профессий подобные высказывания не столь уж и обосновательны» [6, с. 124].

Творческие вузы (в частности, вузы культуры и искусств) принципиально отличаются не только от предприятий и коммерческих фирм, работающих с целью получения прибыли, но и от других вузов (технических и классических университетов, например). Мы считаем, что основное отличие состоит в том, что в вузе культуры и искусств сложнее руководствоваться в оценке процессов соображениями эффективности и производительности. Производительность связывается обычно с минимизацией затрат, эффективность же (в том числе социальная) связана с обеспечением, исходя из имеющейся ресурсной базы, качества предоставляемых продуктов и услуг.

Что касается продуктов и услуг, предоставляемых вузом культуры и искусств, то, очевидно, что подобрать критерии их оценки с позиций производительности и эффективности достаточно проблематично. Это не говорит о том, что таких показателей не может быть в принципе (в качестве рамочных могут выступать модели различных премий в области культуры и искусства, критерии оценки конкурсов, достижений творческих коллективов и др.).

Однако правомерно говорить и об эффективности системы управления творческим вузом. В этом смысле бенчмаркинг позволяет внедрять в эту деятельность различные проекты, направленные на повышение эффективности управления вузом на основе сравнения с вузом-конкурентом или вузом-партнером.

Процедура бенчмаркинга предполагает сбор данных, которые представляются в форме таблиц, матриц, коэффициентов и других видах. В этом случае важны не сами указанные значения для каждого вуза, а их расхождения. Рекомендации, содержащиеся в литературе по вопросу сравнения расхождений, заключаются в ответах на следующие вопросы:

- насколько велика разница между сравниваемыми показателями;
- что требуется в первую очередь для сокращения разрыва в показателях;
- сколько уйдет времени на сокращение/устранение разрыва;
- сколько средств уйдет на сокращение/устранение разрыва;
- каковы возможности для улучшения;
- как разработать программу изменений;
- как согласуется данная программа с общим планом деятельности вуза;
- как оценить достигнутые результаты.

Таким образом, бенчмаркинг в вузе может способствовать, наряду с другими направлениями деятельности, обеспечению качества образования. Также мы считаем, что на его основе можно осуществлять выбор образовательных программ для обучения студентов в рамках предусмотренной Болонским процессом академической мобильности.

Литература

1. Междисциплинарный словарь по менеджменту. – М.: Дело, 2005. – 256 с.
2. Салимова Т. А., Еналеева Ю. Р. Самооценка деятельности организации: учеб. пособие. – М.: Академический Проект, 2006. – 279 с.
3. Князев Е. А., Евдокимова Я. Ш. Бенчмаркинг для вузов: учеб.-метод. пособие. – М.: Университетская книга; Логос, 2006. – 208 с.

4. Михайлова Е. А. Основы бенчмаркинга: основные принципы концепции и планирование бенчмаркинг-проекта // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 3. – С. 126–133.
5. Михайлова Е. А. Основы бенчмаркинга: использование методов бенчмаркинга и TQM в сфере творческого труда [Электронный ресурс] // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 6. – URL: <http://www.dis.ru/manage/arhiv/2001/6/1.html>
6. Михайлова Е. А. Основы бенчмаркинга: внутренний и сопоставительный анализ // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – № 4. – С. 121–133.