

ВИКОРИСТАННЯ БЕНЧМАРКІНГУ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Криворучко О.М., д.е.н., професор

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Сучасні умови освітньої діяльності вищих закладів характеризуються високим рівнем конкуренції. Забезпечення своєї конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг вимагає від закладу вищої освіти (ЗВО) удосконалення усіх процесів, пошуку найбільш ефективних методів реалізації освітніх програм, менеджменту якості освіти тощо. Від якості вищої освіти залежить майбутнє ЗВО, країни в цілому, оскільки система вищої освіти формує найважливіше багатство держави – людський потенціал. Досягнення цих цілей вимагає проведення дослідницької роботи в аспекті забезпечення конкурентних переваг, використання та поширення передового досвіду. Ефективним методом проведення такого дослідження є бенчмаркінг.

В теорії менеджменту та практичній діяльності термін "бенчмаркінг" є достатньо новим, єдиного його визначення та методики реалізації не існує, активно використовується в консалтинговій діяльності.

Спочатку бенчмаркінг мав назву модель AP-аналізу і означав просту методику оцінки "розриву" між важливими параметрами фірми і бажаними її результатами (якими можуть виступати і якості головного конкурента). Така модель, в основному, використовувалася для оцінки слабких сторін фірми. На сьогоднішній день бенчмаркінг набуває статус глобального і розглядається як інструмент міжнародного обміну бізнес-інформацією. Це викликано тим, що з'являються організації, що спеціалізуються на пошуку

партнерів для еталонного зіставлення. В 1993 р. бенчмаркінгові центри Великобританії, США, Німеччині, Швеції і Італії вирішили об'єднати зусилля по розвитку методу еталонного зіставлення в світі. Вже в 1994 р. була встановлена Глобальна мережа бенчмаркінга (Global Benchmarking Network), яка об'єднує подібні центри з 20 країн світу.

Велике поширення бенчмаркінг (benchmarking) має в підприємницькій діяльності. В самому загальному вигляді ним називають спосіб оцінки стратегій і цілей роботи організації порівняно з першокласними організаціями для визначення свого місця на конкретному ринку.

Конкретизація визначень цього поняття пов'язана з наділенням цього процесу певними ознаками, наприклад "систематичний спосіб" та вказівкою на конкретні об'єкти порівняння. Так, в роботі [1, с. 80] бенчмаркінг трактується як систематичний спосіб визначення, розуміння і розвиток найліпших за якістю продуктів, послуг, дизайну, обладнання, процесів і практик із метою поліпшення реальної ефективності організації.

Зарубіжний вчений Р.К. Донован розширює межі застосування бенчмаркіну, акцентує увагу в своєму визначенні на тому, що бенчмаркінг є чітко структурованим, динамічним, стратегічним/тактичним процесом прийняття рішення, метою якого є поліпшення роботи підприємства з урахуванням результатів конкурентів і наявних результатів [2]. Подібне визначення міститься і в роботі [3], в якій бенчмаркінг визначається як безупинний систематичний пошук і впровадження найкращих практик, що приведуть організацію до досконалішої форми. Дієвий інструмент для визначення становища компанії порівняно з іншими, подібними за розмірами та/або сферою діяльності, організаціями.

Механізми бенчмаркінгу активно впроваджуються в сучасній освітній діяльності, насамперед, у вищій освіті. При цьому розглядаються різні види бенчмаркінгу, аспекти його спрямування [4-6]. При цьому

бенчмаркінг розглядається як нова складова в оцінюванні якості підготовки кваліфікованих робітників; як підхід до формування конкурентоспроможного педагога; як спосіб оцінки потенціалу ЗВО регіону та ін.

В загальному вигляді реалізація бенчмаркінгу здійснюється за такими етапами: вибір предмета бенчмаркінгу; проведення внутрішнього дослідження; вибір організації, необхідної для порівняння, тобто організації-партнера; збір зовнішньої інформації; аналіз і виявлення потенціалу поліпшень та їх впровадження.

В сфері вищої освіти виділяють такі види бенчмаркінгу [4, с. 40]: внутрішній (порівняння освітніх програм у межах одного ЗВО); зовнішній конкурентний бенчмаркінг (порівняння продуктивності в ключових областях для установ, які розглядаються як конкуренти); функціональний бенчмаркінг (порівняння одиничних процесів освітньої, наукової, методичної, виховної діяльності); транс-інституційний бенчмаркінг (порівняння кількох установ); неявний бенчмаркінг (квазі-бенчмаркінг, базуючись на опублікованих даних/показників продуктивності, які можуть бути корисними для значущого міжінституційного порівняльного аналізу); загальний бенчмаркінг (аналізуючи базові практичні практики або послуги) і бенчмаркінг на основі процесу (процеси, з яких досягаються результати).

Вибір певного виду бенчмаркінгу визначається цілями вищого закладу освіти, вимогами зовнішнього та внутрішнього середовища, наявними ресурсами та іншими факторами. Звісно, перевага при цьому віддається меті впровадження бенчмаркінгу. Так, наприклад, якщо розробляється або оновлюється освітня програма, то доцільно в якості об'єкта для порівняння обрати аналогічні програми, що реалізуються в аналогічних закладах освіти, тобто обрати внутрішній бенчмаркінг. Якщо мова йде про формулювання нової стратегії ЗВО, то і аналізу підвергається

комплекс діяльності аналогічних закладів освіти з метою пошуку та розвинення своїх конкурентних переваг, відповідно це можна реалізувати за допомогою зовнішнього бенчмаркінгу.

Функціональний бенчмаркінг спрямований на дослідження окремих одиничних процесів. Наприклад, дослідження процесу вступної компанії за спеціальністю 073 "Менеджмент" в Харківському регіоні. За відкритими даними ЄДЕБО [7] можна проаналізувати цей процес (табл.1).

Таблиця 1 - Кількість заяв вступників за спеціальністю 073 "Менеджмент"

Назва закладу	Усього заяв	Заяв на бюджет	Середній конкурсний бал	Питома вага заяв на бюджет в загальній кількості, %
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця	577	500	172.8	86,7
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна	398	281	166.3	70,6
Харківський національний університет міського господарства ім. О.М.Бекетова	258	215	163.8	83,3
Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут"	233	207	176.1	88,8
Українська інженерно-педагогічна академія	106	65	158.1	61,3
Харківський національний автомобільно-дорожній університет	106	73	163.7	68,9
Державний біотехнологічний університет	66	56	172.6	84,8
Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського	45	36	162.6	80,0
Український державний університет залізничного транспорту	44	37	157.5	84,1

Стосовно загальних даних, по ХНАДУ спостерігається 68,9% показника питомої ваги заяв на бюджет в загальній кількості проти 86,7% по ХНЕУ ім. С.Кузнеця. Остаточний висновок щодо цього показника зробити неможливо, бо враховуючі особливості вступу, а саме те, що абітурієнт подає заяви в надії одержати "бюджет", високе значення не

можна вважати кращим. Потрібний аналіз стосовно зарахування студентів на навчання. Наприклад, за кращу практику оберемо Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця як лідера економічної освіти в нашому регіоні.

За даними наказів про зарахування на спеціальність "Менеджмент" по ХНЕУ ім.С.Кузнеця зараховано 33 особи на бюджет і 42 особи на контракт, по ХНАДУ відповідно ці показники склали – 4 і 37 осіб. Проаналізуємо показники вступу в ХНЕУ та ХНАДУ за спеціальністю "Менеджмент" (рис.1).

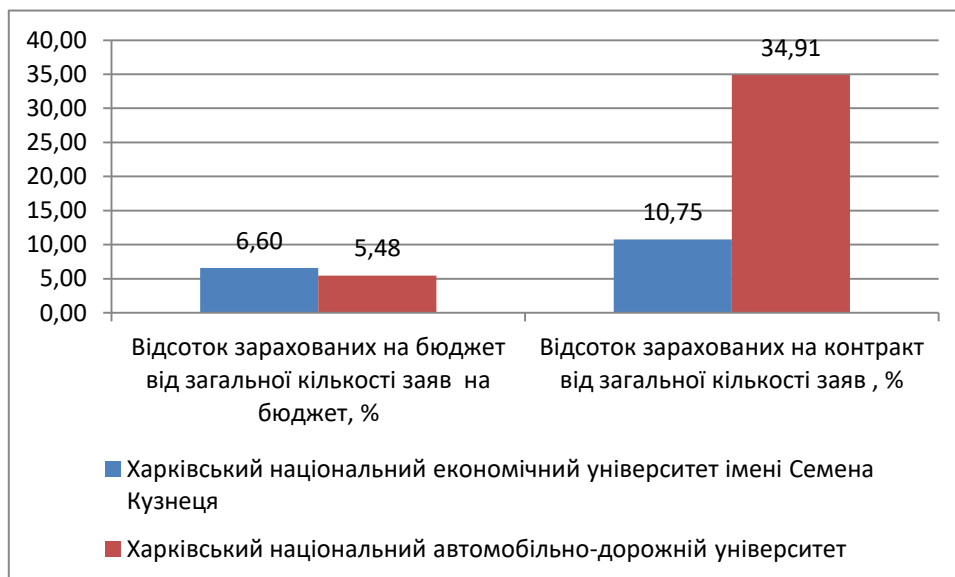


Рисунок1. - Діаграма, що характеризує показники вступу в 2022 році за спеціальністю "Менеджмент"

Як бачимо з рис.1, розбіжність у відсотках по кількості зарахованим на бюджет у ХНАДУ порівняно з ХНЕУ ім. С.Кузнеця незначна (-1,12%). А стосовно зарахованих на контракт, то кращої практикою по цьому показнику слід вважати ХНАДУ, бо розбіжність у відсотках зарахованих відносно кількості заяв є позитивною у +24,2%.

Таким чином, бенчмаркінг в освітній діяльності є найкращим інструментом поліпшення діяльності, підвищує результативність

діяльності підрозділу та прагнення до змін.

Література:

1. Навольська Н.В. Бенчмаркінг як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємств. *Причорноморські економічні студії*. Вип.6.2016.С.79-82.URL:

<http://dspace.wnu.edu.ua/jspui/bitstream/316497/10143/1/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F%20%D0%B1%D0%B5%D0%BD%D1%87%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D1%96%D0%BD%D0%B3.pdf>

2. Donovan R.K. All Around Cure – If I Don't Agree? Oklahoma: Cambridge University. 2000. 196 p.

3. Benchmark: definition. Dictionary (Thesaurus). URL: <http://www.thefreedictionary.com/benchmark>.

4. Василькова Н.В. Бенчмаркінг у сфері вищої освіти. *Економіка та підприємництво*: Зб. наук. праць. Вип. 31, 2013. С. 106-115. URL : <https://core.ac.uk/download/pdf/197232957.pdf>

5. A practical guide Benchmarking in European Higher Education. European Centre for Strategic Management of Universities (ESMU). August 2008. URL : <http://www.education-benchmarking.org/practicalguide.html>

6. Чекаловська Г.З. Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності закладу вищої освіти. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Випуск 32.

7. Єдина державна електронна база з питань освіти. URL : <https://vstup.edbo.gov.ua/statistics/konkurs-universities/>