



Հաստատված է

ԳՊՀ գիտական խորհրդի 2024թ.

նոյեմբերի 2-ի թիվ 4 նիստում

Ռեկտոր՝  Ռուզաննա Հակոբյան

02 նոյեմբեր 2024թ.

**ԳԱՎԱՌԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆՈՒՄ ԱՌԱՋԱՎՈՐ ՓՈՐՁԻ
ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՄԱՆ, ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՀԱՄԱԴՐՄԱՆ
(ԲԵՆՉՄԱՐՔԻՆԳԻ) ԸՆԹԱՑԱԿԱՐԳ
(ՓՈՓՈԽՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՈՎ)**

I. ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԴՐՈՒՅԹՆԵՐ

1. Սույն ընթացակարգը սահմանում է Գավառի պետական համալսարանում (այսուհետ՝ նաև Համալսարան, ԳՊՀ, բուհ) առաջավոր փորձի ուսումնասիրման, վերլուծության և համադրման (այսուհետ՝ բենչմարքինգի) պլանավորման, իրականացման նպատակները, խնդիրները, բենչմարքինգի տեսակները, մեթոդաբանությունը, համադրելի կազմակերպությունների ընտրության չափանիշները, իրականացման գործընթացի հաջորդական փուլերը:
2. Ընթացակարգը մշակվել է՝ հիմք ընդունելով կրթության որակի ապահովման ազգային, եվրոպական չափանիշները ու չափորոշիչները, ԳՊՀ-ի զարգացման ռազմավարական ծրագիրը, կրթության որակի ապահովման ձեռնարկը, ԳՊՀ-ում ուսուցանվող մասնագիտության կրթական ծրագրի մշակման, հաստատման, իրականացման ընթացքի մշտադիտարկման և բարելավման ընթացակարգը:
3. Սույն ընթացակարգը կարող է վերանայվել ու փոփոխվել ԳՊՀ գիտական խորհրդի կողմից:

**II. ԳԱՎԱՌԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆՈՒՄ ԲԵՆՉՄԱՐՔԻՆԳԻ
ԻՐԱԿԱՆԱՑՄԱՆ ՆՊԱՏԱԿՆԵՐՆ ՈՒ ԽՆԴԻՐՆԵՐԸ**

4. ԳՊՀ-ում բենչմարքինգի իրականացման նպատակներն են.

- 1) **կրթության որակի բարելավում**՝ օգտագործելով Հայաստանի Հանրապետության և արտասահմանյան կրթական, գիտական հաստատությունների առաջավոր փորձը՝ բարելավել մասնագիտական կրթական ծրագրերը, դասավանդման և ուսումնառության, սովորողների գիտելիքների ստուգման և գնահատման մեթոդները,
- 2) **մրցունակության բարձրացում**՝ առաջավոր փորձը համադրելով սեփական փորձի հետ՝ ապահովել ՀՀ բարձրագույն ուսումնական հաստատությունների շարքում Համալսարանի մրցունակությունը և դիմորդների ներգրավումը,

3) **Ֆինանսական և մարդկային ռեսուրսների արդյունավետ բաշխում**՝ առաջավոր փորձի ուսումնասիրության արդյունքում ԳՊՀ ֆինանսական և մարդկային ռեսուրսների բաշխման քաղաքականության, Համալսարանի գործունեության և վարչարարության արդյունավետության բարձրացում,

4) **Ենթակառուցվածքների բարելավում**՝ լավագույն փորձի հաշվառմամբ ԳՊՀ ենթակառուցվածքների՝ լսարանների, լաբորատորիաների, գրադարանի, ուսումնական այլ ենթակառուցվածքների, հանրակացարանի արդիականացում, համալրում և համապատասխանեցում շահառուների պահանջներին,

5) **գիտահետազոտական, նորարարական գործունեության զարգացում**՝ Համալսարանի գիտական բազայի ամրապնդում՝ հետազոտական և նորարարական նախագծերի հաջողված փորձի հիման վրա:

5. **ԳՊՀ-ում բենչմարքինգի իրականացման խնդիրներն են.**

1) **համեմատության չափանիշների ընտրություն և վերլուծություն**՝ առանցքային ուսումնասիրության ոլորտների՝ կրթության որակի ապահովում, ուսանողների համալրման գործընթաց, կառուցվածքային ստորաբաժանումների գործունեություն, գիտահետազոտական գործունեություն, միջազգայնացում, հանրային պատասխանատվություն, մասնագիտական կրթական ծրագրերի (ՄԿԾ) վերջնարդյունքների գնահատում և այլն, գործունեության արդյունավետության ցուցանիշների որոշում, որոնցով կգնահատվեն բուհի ընդհանուր և ոլորտային աշխատանքները,

2) **համադրելի առաջավոր կազմակերպության ընտրություն**՝ Համալսարանի առաքելությունը, գործունեության գերակա ուղղությունները, մատուցվող կրթական ծառայությունների բնույթը, դրանց որակի ապահովման ու շարունակական բարձրացման անհրաժեշտությունը հաշվի առնելով՝ համապատասխան գործունեություն ծավալող առաջատար բուհերի, գիտակրթական կենտրոնների ընտրություն՝ բենչմարքինգի իրականացման նպատակով,

3) **լավագույն փորձի տեղայնացում**՝ Գավառի պետական համալսարանի ենթակառուցվածքային կարողություններն ու ռեսուրսները հաշվի առնելով՝ առաջավոր փորձի տեղայնացման և բարելավման գործողությունների պլանների մշակում և գործարկում,

4) **մշտադիտարկում և գնահատում**՝ բենչմարքինգի իրականացման արդյունքների հիման վրա Համալսարանի գործունեության, առաջընթացի գնահատման կանոնավոր մշտադիտարկման համակարգի ստեղծում,

5) **անձնակազմի վերապատրաստում և մասնագիտական կարողությունների ու հմտությունների զարգացում**՝ բենչմարքինգի արդյունավետ իրականացմանը միտված՝ ՀՀ և արտասահմանյան բուհերի լավագույն փորձի, շահառուների կարիքների հաշվառմամբ վերապատրաստումների կազմակերպում՝ վարչական, ուսումնաօժանդակ, պրոֆեսորադասախոսական կազմի մասնագիտական գիտելիքների, կարողությունների

ու հմտությունների զարգացում,

6) **աջակցություն նորարարությանը՝** ՀՀ և արտասահմանյան բուհերի առաջավոր փորձի հաշվառմամբ համապատասխան պայմանների ստեղծում՝ նորարարական գաղափարների առաջադրման, մշակման և իրականացման համար:

III. ԲԵՆՉՄԱՐՔԻՆԳԻ ՏԵՍԱԿՆԵՐԸ ԵՎ ԻՐԱԿԱՆԱՑՄԱՆ

ՄԵԹՈԴԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ

6. ԳՊՀ-ում կարող են իրականացվել բենչմարքինգի հետևյալ տեսակները՝ ինքնավերլուծություն (ինքնաբենչմարքինգ), ներքին, արտաքին, մրցակցային, գործառույթային, ռազմավարական, համագործակցային:

1) **Ինքնավերլուծությունը** ԳՊՀ բոլոր ոլորտների գործունեության արդյունքների համեմատությունն է նախորդ ուսումնական տարիների կատարողական արդյունքների հետ՝ Համալսարանի գործունեության արդյունավետությունը գնահատելու, զարգացման կամ հետընթացի պատճառները պարզելու, շահառուների կարծիքները վերլուծելու և դրանց հաշվառմամբ բարելավման միջոցներ ձեռնարկելու նպատակով:

2) **Ներքին բենչմարքինգի** իրականացման ընթացքում բուհի յուրաքանչյուր կառուցվածքային ստորաբաժանման (ֆակուլտետ, ամբիոն, բաժին, այլ ստորաբաժանում) գործունեությունը համեմատվում է բուհի մեկ այլ նմանատիպ ստորաբաժանման գործունեության հետ՝ որոշակի չափանիշների հիման վրա: Բենչմարքինգի իրականացման համար անհրաժեշտ տեղեկատվությունը հավաքագրվում է համապատասխան չափման գործիքների, նպատակային հարցադրումների միջոցով:

3) **Արտաքին բենչմարքինգի** իրականացման ընթացքում բուհը համեմատում է գործունեության որևէ ոլորտ այլ առաջավոր բուհի համապատասխան ոլորտի հետ՝ որոշակի չափանիշների ընտրությամբ:

4) **Մրցակցային բենչմարքինգն** իրականացվում է մրցակից բուհերի միջև: Տեղեկատվությունը հավաքագրվում է ուղղակիորեն համապատասխան կառույցների հետ նախապես կնքված համաձայնագրերի, պայմանագրերի միջոցով կամ անուղղակիորեն՝ էլեկտրոնային կայքերի, տեղեկատվական այլ ռեսուրսների միջոցով:

5) **Գործառույթային կամ ֆունկցիոնալ բենչմարքինգն** իրականացվում է ՀՀ կամ արտասահմանյան առաջավոր բուհերի նույն գործառույթների ու ոլորտների միջև՝ կապված դասավանդման գործընթացի, հանրային պատասխանատվության, միջազգայնացման, գիտահետազոտական գործընթացի զարգացման, համանման ընթացակարգերի ուսումնասիրման, պրոֆեսորադասախոսական կազմի ընտրության ու խրախուսման, ՄԿԾ-ների վերջնարդյունքների, ուսուցման, ուսանողների գիտելիքների ստուգման և գնահատման մեթոդների ընտրության և այլ ոլորտների հետ:

6) **Ռազմավարական բենչմարքինգի** իրականացման ընթացքում ուսումնասիրվում են ՀՀ կամ արտասահմանյան առաջավոր, իրենց առաքելությամբ նման և միևնույն

ուղորտում գործող բուհերի հաջողված՝ զարգացման երկարաժամկետ ռազմավարական ծրագրերը, որոնք հանգեցրել են մրցակցային առավելությունների և ակադեմիական հաջողությունների ձևավորմանը: Բենչմարքինգի իրականացման ընթացքում վեր են հանվում ընտրված թիրախային բուհի կամ բուհերի ուժեղ և թույլ կողմերը, առաջնահերթության ուղորտները, որոնց արդյունքում նախանշվում են բարելավման նոր ուղիներ՝ հաջորդիվ ռազմավարության նոր ծրագիր մշակելու համար:

7) **Համագործակցային բենչմարքինգն** իրականացվում է միջբուհական համագործակցության արդյունքում, որի ընթացքում բուհերը փոխանակվում են հավաքագրված տեղեկատվությամբ և գործունեության կատարողականի ցուցանիշներով՝ ապահովելով բենչմարքինգի իրականացման արդյունավետությունը և ընդգրկվածությունը:

IV. ՀԱՄԱԴՐԵԼԻ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԸՆՏՐՈՒԹՅԱՆ ՉԱՓԱՆԻՇՆԵՐԸ

7. ԳՊՀ-ում բենչմարքինգի իրականացման համար ընտրվում են նվազագույնը երկու, առավելագույնը՝ չորս առաջատար բուհեր, որոնք ըստ համամասնության պետք է հավասարաչափ լինեն՝ և՛ ՀՀ, և՛ արտասահմանյան առաջատար բուհեր:

8. Որպես առաջատար համադրելի հաստատություն՝ ընտրվում է այն կրթական, գիտական կազմակերպությունը, որն իր բնույթով, գործառույթներով, նպատակներով և խնդիրներով համապատասխանում է Համալսարանի առաքելությանը, բենչմարքինգի իրականացման համար նախապես սահմանված պահանջներին:

9. Առաջատար բուհերի ընտրության հարցում Համալսարանն առաջնորդվում է հետևյալ չափանիշներով.

1) **ըստ նպատակների՝** բուհեր, որոնք բնույթով, գործառույթներով, նպատակներով և խնդիրներով համապատասխանում են Համալսարանի առաքելությանը,

2) **ըստ ճանաչման՝** բուհեր, որոնք որպես առաջատար բարձրագույն ուսումնական հաստատություններ ճանաչված են ազգային և միջազգային մակարդակում՝ իրենց արդյունավետ գործունեության, շահառուների բավարարվածության ցուցանիշների, առավել շատ դիմորդների ներգրավման արդյունքում,

3) **ըստ կատարողական մակարդակի՝** բուհեր, որոնք հայտնի են իրենց լավագույն փորձով, արժանագրած գործունեության արդյունավետության ցուցանիշներով,

4) **ըստ աշխատաշուկայի պահանջների՝** բուհեր, որոնց շրջանավարտների պահանջարկը մեծ է աշխատաշուկայում, որոնք հաջողությամբ իրականացնում են գործառույթների հետ համագործակցության ծրագրեր,

5) **ըստ կրթության որակի ապահովման պահանջների՝** բուհեր, որոնք իրականացնում են համանման (նույն դասիչով) մասնագիտական կրթական ծրագրեր և ունեն ազգային, միջազգային հավատարմագրում, արդիական ուսումնական պլաններ, կիրառում են դասավանդման, սովորողների գիտելիքների ստուգման ու գնահատման նոր

մեթոդաբանություն, իրականացնում են միջգիտակարգային ու միջառարկայական ուսուցում,

6) **ըստ գիտահետազոտական գործունեության շրջանակի՝** բուհեր, որոնք իրականացնում են միջազգային համագործակցություն և նորարարական ծրագրեր գիտահետազոտության ոլորտում, որոնց դասախոսներն ունեն վարկանիշավորման բարձր ցուցիչով հրապարակումներ,

7) **ըստ ուսանողների բավարարվածության մակարդակի՝** բուհեր, որոնք ունեն ուսումնական գործընթացին աջակցող արդյունավետ խորհրդատվական ծառայություններ (մենթորություն, հոգեբանական աջակցություն), կառավարման թափանցիկություն և ուսանողական ներգրավվածություն,

8) **ըստ միջազգայնացման մակարդակի՝** բուհեր, որոնք հաջողությամբ իրականացնում են միջազգային համագործակցության ծրագրեր, ակադեմիական փոխանակման (ERASMUS+ և այլ) ծրագրեր, օտար լեզուներով կրթական ծրագրեր, 9) **ըստ ֆինանսական գործունեության՝** բուհեր, որոնք ունեն ֆինանսական կայունություն, համապատասխան ռեսուրսներ, նյութատեխնիկական բազա,

10) **ըստ հասարակական պատասխանատվության՝** բուհեր, որոնք իրականացնում են համայնքային զարգացմանը միտված գործունեություն, ապահովում ներառական կրթություն,

11) **ըստ տեխնոլոգիական ապահովվածության՝** բուհեր, որոնք հաջողությամբ արդի տեղեկատվական տեխնոլոգիաները կիրառում են կրթական գործընթացում, գործարկել են ուսանողական, պրոֆեսորադասախոսական, վարչական կազմերի կառավարման էլեկտրոնային համակարգեր:

V. ԲԵՆԶՄԱՐՔԻՆԳԻ ՀԱՁՈՐԴԱԿԱՆ ՓՈԽԵՐԸ ԵՎ ԻՐԱԿԱՆԱՑՄԱՆ ԿԱՐԳԸ

10.ԳՊՀ-ում բենչմարքինգն իրականացվում է հաջորդական փուլերով՝ հիմք ընդունելով որակի կառավարման ՊԻԳԲ (պլանավորում, իրականացում, գնահատում, բարելավում) շրջափուլը.

1) Պլանավորում.

Նպատակի, խնդրի սահմանում, համադրելի կազմակերպության ընտրություն, բենչմարքինգն իրականացնող թիմի ընտրություն:

2) Իրականացում.

Բազմակողմանի մոտեցմամբ փաստահեն տեղեկատվության հավաքագրում, ուսումնասիրություն, վերլուծություն, հաշվետվության պատրաստում, գնահատման արդյունավետության ցուցիչների ներառմամբ ոլորտի բարելավմանը միտված գործողությունների պլանի մշակում և կիրառում:

3) Գնահատում.

Բարելավմանը միտված գործողությունների պլանի կատարողականի մշտադիտարկում, գնահատում, բարելավման ուղիների նախանշում:

4) **Բարելավում.**

Բենչմարքինգի իրականացման նոր նպատակների, խնդիրների սահմանում, բենչմարքինգի գործընթացի կրկնում՝ ավելի բարձր ցուցանիշներ գրանցելու համար:

11. Բենչմարքինգն իրականացվում է Համալսարանի համապատասխան կառուցվածքային ստորաբաժանման՝ Որակի ապահովման բաժնի կողմից, հաշվի առնելով շահակիցների կարիքները:

12. Բենչմարքինգը կարող է կատարվել.

1) փաստաթղթերի ուսումնասիրման և վերլուծության,

2) անմիջական գործընկերության ծրագրերի,

3) համագործակից հաստատությունների փորձի ուսումնասիրման և առաջավոր փորձի փոխանակման,

4) փոխայցելությունների, փաստաթղթերի փոխադարձ տրամադրման,

5) առցանց և այլ միջոցներով:

13. Համալսարանում կարող է իրականացվել կարճաժամկետ (միամյա), միջնաժամկետ (եռամյա) և երկարաժամկետ (հնգամյա) բենչմարքինգ:

14. Բենչմարքինգի արդյունքները զեկուցվում են Համալսարանի ֆակուլտետի, ռեկտորատի, գիտական խորհրդի նիստերին:

15. Բենչմարքինգի արդյունքները հաշվի են առնվում՝ Համալսարանի գործունեությունը բարելավելիս, զարգացման հայեցակարգային դրույթները մշակելիս և իրականացնելիս: